



Upaya Meningkatkan UMKM Ketupat Viral Desa Hampan Perak Menggunakan Social Media

Mitha Zulaima^{1*}, Tri Zahwanda², Salman Nasution³

¹²³ Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, Indonesia

mithazulaiman0304@gmail.com^{1*}

Alamat: Jl. Kapten Mughtar Basri No.3, Glugur Darat II, Kec. Medan Tim., Kota Medan, Sumatera Utara 20238

Korespondensi penulis: mithazulaiman0304@gmail.com

Article History:

Received: September 15, 2024;

Revised: September 29, 2024;

Accepted: Oktober 13, 2024;

Published: Oktober 15, 2024;

Keywords: Marketing, Social Media, UMKM

Abstract: *Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) are encouraged to leverage social media as an online marketing tool to reach a broader market. Currently, social media is easily accessible and widely favored by people worldwide. Therefore, MSME entrepreneurs are recommended to utilize social media as a means to share information about their products with consumers online. This research aims to assist and convince MSME entrepreneurs in Hampan Perak Village about the benefits of social media for expanding their marketing reach. Through research on marketing enhancement strategies via social media, it can be determined how significant the impact and benefits of social media are for the development of MSME marketing in Hampan Perak Village, Hampan Perak District, Deli Serdang Regency.*

Abstrak

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) diharapkan dapat memanfaatkan media sosial sebagai sarana pemasaran online untuk memperoleh ruang lingkup pemasaran yang lebih luas. Saat ini media sosial sudah sangat mudah diakses dan digemari oleh siapapun diseluruh dunia, oleh sebab itu para pebisnis UMKM dianjurkan untuk menggunakan media sosial sebagai sarana untuk berbagi informasi tentang produk yang ditawarkan kepada konsumen secara online. Penelitian ini bertujuan untuk membantu dan meyakinkan para pebisnis UMKM di Desa Hampan Perak tentang betapa bermanfaatnya media sosial sebagai sarana untuk meningkatkan ruang lingkup pemasaran mereka. Dengan adanya penelitian mengenai strategi peningkatan pemasaran melalui media sosial, dapat diketahui seberapa besar pengaruh dan manfaat media sosial terhadap pengembangan pemasaran UMKM di Desa Hampan Perak, Kecamatan Hampan Perak, Kabupaten Deli Serdang.

Kata Kunci: Media Sosial, Pemasaran, UMKM

1. PENDAHULUAN

Media sosial kini memiliki banyak manfaat bagi penggunanya yang ingin menjalankan bisnis UMKM melalui media sosial secara efektif. Perkembangan media sosial penting bagi perkembangan pemasaran dalam pemasaran. Banyak pemilik bisnis kini mulai menggunakan media sosial untuk upaya pemasarannya. Strategi pemasaran merupakan salah satu cara untuk mencapai keberhasilan kompetitif berkelanjutan bagi UMKM yang memproduksi barang jasa maupun dibidang kuliner. Strategi pemasaran dapat dianggap sebagai salah satu landasan yang digunakan dalam rencana keseluruhan perusahaan. Dengan menyelesaikan banyak masalah internal perusahaan, merupakan rencana komprehensif yang dapat digunakan sebagai pedoman

bagi perusahaan dalam pelaksanaan pekerjaannya, menunjukkan pentingnya strategi pemasaran sebelum masalah mendesak kompetisi.

Bagi perusahaan besar dalam bisnis, ruang lingkup pemasaran merupakan hal yang penting. Semakin banyak lalu lintas yang dimiliki suatu bisnis, semakin banyak orang yang mengetahui tentang bisnis tersebut. Untuk memudahkan berkembangnya usaha kecil dan besar karena menarik banyak pelanggan. Jika iya, untuk mengembangkan bisnis pemasaran Anda, Anda memerlukan strategi yang baik yang dapat mencakup banyak komunitas. Menyebarkan informasi tentang produk dan layanan UMKM dengan mudah dan cepat (Neelam, 2011).

Desa Hamparan Perak merupakan salah satu desa di Kecamatan Deli Serdang yang memiliki beragam masyarakat penduduk desa Hamparan Perak berasal dari berbagai daerah, mayoritas penduduknya yaitu suku melayu dan selebihnya diduduki oleh masyarakat yang bersuku jawa,batak,dll.Ini adalah budaya berbagi ide, kerjasama dan kearifan daerah dari kediaman desa ini. Desa Hamparan Perak berpenduduk lebih kurang 18.000 jiwa. Rendahnya tingkat pendidikan masyarakat membuat pertanian bukanlah satu-satunya mata pencaharian sebagian besar masyarakat. Selain itu, kurangnya pemahaman akan pentingnya pendidikan menyebabkan banyak anak tertinggal atau tertunda studinya. Minimnya aktivitas pemuda akan menyebabkan Desa Si terpuruk dari media sosial.

Oleh karena itu Desa Hamparan Perak menjadi fokus pengabdian masyarakat ini, banyak mahasiswa Umsu yang melakukan pengabdian masyarakat di Desa Hamparan Perak. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengevaluasi strategi pemasaran untuk meningkatkan persaingan dan mengetahui seberapa efektif penerapan strategi pemasaran tersebut. Metode pengumpulan data adalah penelitian deskriptif melalui wawancara dan observasi. Hasil analisis efektivitas strategi pemasaran menunjukkan adanya peningkatan total penjualan dan perluasan wilayah pemasaran.

2. METODE

Metode penelitian yang digunakan peneliti adalah metode observasi dan diskusi, yaitu metode observasi merupakan suatu metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengamati bersama-sama dengan berbagai jenis catatan tentang alam dan alam. perilaku objek yang bersangkutan. Metode tampilan juga dapat diartikan sebagai fungsi. Proses proses atau objek yang dimaksud dengan merasakan dan memahami pengetahuan dari fenomena. Metode diskusi merupakan metode pengajaran yang erat hubungannya dengan belajar pemecahan masalah. Metode ini juga biasa dilakukan secara berkelompok. Kelebihan metode diskusi yaitu: Memberikan solusi bahwasanya setiap masalah ada solusi untuk dapat menyelesaikannya.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengabdian ini dilakukan selama 15 hari di Desa Hamparan Perak. Pada Senin 26 Agustus 2024 peneliti melakukan observasi dan berkunjung ke UMKM pembuatan kue hijau dan ketupat serta melihat langsung tempat sekaligus proses pembuatan kue tersebut. Peneliti melakukan wawancara terhadap pelaku usaha, dari hasil wawancara dapat beberapa kendala terutama dalam pemasaran, tapi seiring berjalannya waktu UMKM Ketupat ini menjadi viral bahkan di sosial media ketupat tersebut menjadi perbincangan dibanyak masyarakat, serta banyak pengunjung yang datang ke Desa Hamparan Perak menjadikan kue tersebut sebagai oleh-oleh, dan sejak UMKM tersebut viral banyak masyarakat menjuluki UMKM tersebut dengan kalimat kue viral.

Peneliti melakukan arahan dan sebuah motivasi untuk pelaku usaha agar terus mengembangkan dan meningkatkan kualitas dari UMKM tersebut, sistem pemasaran bisnisnya melalui media sosial, karena dengan media sosial akan jauh lebih banyak dikenal masyarakat yang jauh dan juga yang berminat dengan ketupat tersebut.

Dalam pembuatan ketupat peneliti melihat cara pembuatan yang sangat baik dan bersemangat bagi pekerjanya, memiliki 5 pekerja diantaranya 2 laki-laki 3 wanita, peneliti melihat bagaimana mereka mengelola beras tersebut menggunakan api kayu dan air yang bersih, ketupat Hamparan Perak ini dimasak tanpa harus dikupas, dan ketupat viral tersebut merupakan destinasi kuliner yang sudah dikelola oleh 3 generasi, dan lapak UMKM tersebut sudah berdiri selama kurang lebih 30 tahun, hal inilah yang membuat ketupat Hamparan Perak dianggap sebagai kuliner legendaris khas Deli Serdang.

Dari peneliti lihat bahwa pelaku usaha sudah berumur dan dibantu oleh anak dan istri. Pemilik usaha tersebut bernama Wira dan dia juga memiliki adik yang mengikuti usaha tersebut, UMKM tersebut sudah beberapa kali didatangi oleh konten creator salah satunya yaitu artis yang bernama Ihsan Torore yaitu melakukan kunjungan untuk kulineran, terkadang mereka juga menerima pesanan yang banyak dihari menjelang lebaran. Kendala yang sering terjadi adalah UMKM tersebut hanya buka disaat sore hari

Sistem pemasaran sudah tidak diragukan lagi karna pada saat ini UMKM kue viral tersebut sudah banyak dikenal oleh banyak masyarakat. Peneliti tetap memberikan motivasi untuk selalu semangat dalam berbisnis dan meningkatkan kualitas sosial media dari UMKM Ketupat tersebut, terlihat mereka sangat menghargai dan mendengarkan dengan baik.

Banyak para pengusaha yang telah berproses yang cukup lama bahkan sudah berpuluhan tahun, ada berbagai cara pengusaha memasarkan produknya, baik sistem online maupun offline. Walaupun begitu pengusaha harus berpikir keras agar usahanya tetap maju

dan berkembang seiring berjalan waktu, pemasaran digital atau pemasaran media sosial saat ini menjadi pemasaran yang sangat besar dan berguna bagi siapa saja, baik muda, tua, anak kecil, semuanya bisa berbisnis melalui media sosial. Hanya saja tinggal keahlian kita ketekunan kita dan minat belajar kita untuk menggunakan sistem pemasaran digital tersebut, banyak media sosial yang bisa digunakan untuk melakukan pemasaran produk, seperti FB, melalui postingan, market place, dan jug live fb.

Melalui Instagram, melalui postingan dan juga bisa live, yang dimana instagram postingan produk kita bisa terlihat terus dan terlihat menarik dengan ide kreatif kita. Melalui Whatsapp, yang pemasarannya cukup simple dan mudah di pahami, hanya memposting dan membuat caption yang menarik. Banyak sekali cara pemasaran yang dapat dilakukan.

4. KESIMPULAN

Dengan kegiatan KKN ini dapat membantu para pelaku usaha untuk terus bersemangat dalam berbisnis dan mengetahui sistem pemasaran media sosial dan meningkatkan kualitas UMKM jauh lebih menarik, banyak kendala yang terjadi pada pelaku usaha baik bahan baku, dan sistem pemasarannya, banyak juga yang kurangnya minat berwirausaha pada dusun 3 yang lebih memilih dirumah atau kerja diluar sebagai karyawan. Saran dari saya sebagai peneliti, janganlah malu untuk melakukan sesuatu, karena sesuatu yang memiliki gengsi atau malu itu akan memiliki penghasilan yang banyak. Jangan malu ketika kita memulai berbisnis, jangan dengarkan ucapan orang yang akan menjatuhkan kita dan jangan terus menerus berada dizona nyaman lakukanlah hal positif yang dapat merubah hidup menjadi lebih baik. Saya berharap semoga masyarakat di Desa Hamparan Perak dapat mengembangkan dan memajukan usaha dengan cara sistem pemasarannya melalui media sosial yang akan dapat mensejahterakan usaha.

Pengakuan

Terima Kasih kepada orangtua yang sudah mendukung penulis dan mendoakan penulis selama melakukan kegiatan KKN, dan saya mengucapkan Terima Kasih kepada Dr.Salman Nasution, SE.I,MA yang telah membimbing saya dan menyempurnakan laporan saya.

DAFTAR REFERENSI

- Ariyani, Nafiah. (2019). Pelatihan Pengelolaan Keuangan Keluarga Sebagai Upaya Untuk Meningkatkan Ketahanan Ekonomi Keluarga Miskin. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani*. 3 (2):216–34.
- Azzahra, I. (2021). *Pengaruh Penggunaan Media Sosial dan Inovasi Produk Terhadap Perkembangan Usaha (Studi Kasus Pada Usaha Dimsum Kecamatan Medan Johor)* (Doctoral dissertation, Universitas Medan Area).
- Darma, D. A., Abdussamad, Z. K., & Rahman, E. (2022). Pengaruh Strategi Inovasi Produk Dan Pemasaran Media Sosial Terhadap Keunggulan Bersaing Pada UMK Kuliner Di Kota Gorontalo. *JAMBURA: Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 5(1), 238-250.
- Deri, R. R., Nurhayani, N., Mahaputra, S., & Triyandi, E. (2020). Pemberdayaan ibu rumah tangga melalui pelatihan pembuatan sabun cuci piring. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 10(1), 75-80.
- Desa Hamparan Perak. (2019). Pemerintah Desa Hamparan Perak. Retrieved from www.desahamparanperak.deliserdangkab.go.id.
- Dewi Untari, dan Dewi Endah Fajariana. Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun@ Subur_Batik).
- Edi Supriyadi, Rully Nur Dewanti, Taufik, Junaedi, Soleh Sofyan. (2020). Penyuluhan dan Pelatihan Pengelolaan Umkm berbasis Sosial Media. *Jurnal Pengabdian Dharma Laksana Mengabdikan Untuk Negeri*. 39 (1): 1–24.
- ID, R. (n.d.). Media Sosial Sebagai Pemasaran Digital UMKM: Republika ID. Retrieved from <https://www.republika.id/posts/49782/media-sosial-sebagai-pemasaran-digital-umkm>.
- Kec.Hamparan Perak. (2020). Kab Pemerintahan Desa Hamparan Perak www.desahamparanperak.deli.
- Paramita, M, S., Muhlisin, & I, Palawa. (2018). *Peningkatan Ekonomi Masyarakat Melalui Pemanfaatan Sumber Daya Lokal*.
- Pasarkotagedeyia. (2023). Strategi Digital Marketing yang Cocok Diterapkan Oleh UMKM. Retrieved from <https://sibakuljogja.jogjaprovo.go.id/blog/pasarkotagedeyia/strategi-digital-marketing-yang-cocok-diterapkan-oleh-umkm/>.
- Raden, M., Palawa. (2020). *Peningkatan Umkm masyarakat menengah melalui pemanfaatan sosial media*, 20-25.
- Rahmawati, N. S., Roro Rian Agustin, S. Sos., Dian Septiana Sari, S. Sos., & Universitas Pembangunan Panca Budi, U. (2024). ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN UMKM DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING UMKM ADINDA FOOD DI DESA KLUMPANG KECAMATAN HAMPARAN PERAK KABUPATEN DELI SERDANG.
- Rozi, M. F., Anam, S., Suhaimi, & Subroto, G. (2023). Pemberdayaan Sumber Daya Alam Dalam Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Melalui PKK dan UMKM Dalam Perspektif Islam di Desa Larangan Slampar. *Abdimas Indonesia*, 210-218.
- Unit Pengelola Teknis KKN UMSU. (2024). *Buku Petunjuk Teknik Pelaksanaan KKN Mandiri UMSU 2023*