



Pengenalan Media Digital Pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Melalui Diskusi dan Sharing di Desa Bukit Tinggi Kecamatan Gunungsari

Arbain¹, Arman Koko¹, Artam Hadi¹, Baiq Nurcahya W.¹, Dodi Al Fayet¹, Fathullah Akbar¹, Lalu Rizky D.S², M. Sopian Hadi¹, Pasrah Setiawati¹, Rizky Gagah W.¹, Salsabilla Aurelia E.P.¹ Baiq Azizah Haryantini³

¹Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas ISIPOL Universitas 45 Mataram, Jalan Imam Bonjol Cakranegara Kota Mataram, NTB

²Program Studi Ilmu Hukum Fakultas Hukum Universitas 45 Mataram

³Program Studi Agronomi Fakultas Pertanian Universitas 45 Mataram

Article history

Received: 18-10-2021

Revised: 04-11-2021

Accepted: 04-11-2021

**Corresponding Author:*
Baiq Azizah Haryantini,
Program Studi Agronomi
Fakultas Pertanian
Universitas 45 Mataram,
Indonesia;

Email:
baiq2103@gmail.com

Abstract: This activity aims to introduce digital media to Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) actors, in Desa Bukit Tinggi. The introduction was carried out with the method of discussion and sharing about digital media to promote the results of MSMEs. The targets of this discussion and sharing are teenagers, MSME actors and Bukit Tinggi Village administrators. Resource persons, namely students of the Communication Science study program and digital media experts from HSG Media. During this discussion and sharing, participants were introduced to digital and technical media in making materials to complement digital media, participants be able to create good and correct and interesting content starting from the process of creation, editing to the process of being posted on social media. For sustainability, participants are expected to be practitioners or initiators in managing digital media as a forum for MSME activists to market products or crafts produced by the local community. Participants' interest and enthusiasm for the material provided was quite high, as seen from the many questions from participants and discussions with resource persons to deepen and strengthen knowledge in digital media.

Keywords: digital; media; discussion; sharing; MSME

Abtrak: Kegiatan ini bertujuan untuk memperkenalkan media digital pada pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang berada di Desa Bukit Tinggi. Pengenalan di lakukan dengan metode diskusi dan sharing tentang media digital untuk mempromosikan hasil-hasil UMKM. Sasaran diskusi dan sharing ini adalah remaja, pelaku UMKM dan pengurus Desa Bukit Tinggi. Narasumber, yaitu mahasiswa program studi Ilmu komunikasi dan tenaga ahli media digital dari HSG Media. Pelaksanaan diskusi dan sharing ini, peserta diperkenalkan mengenai media digital dan teknis dalam pembuatan bahan untuk pelengkap media digital, sehingga peserta mampu membuat konten yang baik dan benar serta menarik mulai dari proses pembuatan, editing sampai proses diposting pada media sosial. Untuk keberlanjutannya, peserta diharapkan sebagai praktisi atau penggagas dalam mengelola media digital sebagai wadah para penggiat UMKM dalam memasarkan hasil produk atau kerajinan yang dihasilkan oleh masyarakat setempat. Ketertarikan dan antusias peserta terhadap materi yang diberikan cukup tinggi, terlihat dari banyaknya pertanyaan dari peserta dan diskusi bersama para nara sumber untuk memperdalam dan memperkuat ilmu dalam media digital.

Kata Kunci : media; digital; diskusi; sharing; UMKM

PENDAHULUAN

Desa Bukit Tinggi yang bertempat di Kecamatan Gunungsari Kabupaten Lombok Barat. Luas wilayah Desa Bukit Tinggi 4,37 Km², dimana sebagian besar berupa kebun (tanah kering) seluas 340,39 Ha (BPS, 2018), kebun ini banyak ditumbuhi pohon nira, sebagai bahan baku pembuatan gula merah dan gula semut. Potensi ini yang sangat besar dalam memajukan perekonomian desa. Hal ini dikarenakan terdapatnya Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Desa Bukit Tinggi berupa Gula Aren dan Gula Semut. Menurut BPS (2018) terdapat 38 UMKM di Desa Bukit Tinggi, tetapi UMKM tersebut kurang maksimal dalam pemanfaatannya dikarenakan kurangnya inovasi serta metode penjualan yang hanya menggunakan system door to door. Tentunya hal tersebut menjadi masalah dimana UMKM ini dapat maksimal dalam memajukan Desa Bukit Tinggi, tetapi justru sebaliknya.

Produk dari UMKM ini sebenarnya dapat dipromosikan melalui media social sehingga sasaran konsumennya menjadi lebih luas lagi. Diketahui bahwa media social sebagai kumpulan perangkat lunak yang

memungkinkan individu maupun komunitas untuk berkumpul, berbagi, berkomunikasi, dan dalam kasus tertentu saling berkolaborasi atau bermain (Sari, et al, 2018). Oleh Karena itu, kegiatan ini bertujuan untuk memperkenalkan suatu terobosan baru dalam peningkatan manfaat dari UMKM untuk memajukan perekonomian desa yaitu dengan memperkenalkan media digital kepada remaja, pengurus Desa, dan terutama pelaku UMKM. UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) di Indonesia menjadi salah satu sector usaha yang cukup mendominasi dijalankan oleh pelaku usaha, digitalisasi merupakan hal yang penting bagi UMKM dalam meningkatkan penjualan (Kusumayanti, D., & Wibisono, S, 2020).

Kegiatan ini memberikan pengetahuan mengenai cara promosi yang baik, dan memberikan pengetahuan mengenai hal-hal yang penting dalam promosi di media digital. Diharapkan adanya peningkatan dalam perekonomian Desa terutama pada pelaku UMKM.

METODE

Kegiatan ini terselenggara atas Kerjasama:

1. Universitas 45 Mataram
2. Perangkat Desa Bukit Tinggi
3. Karang Taruna Desa Bukit Tinggi.

Peserta kegiatan:

1. Remaja Karang Taruna
2. Pengurus Kantor Desa
3. Pelaku UMKM Desa Bukit Tinggi.

Kegiatan ini meliputi:

1. Tahap Persiapan, yang meliputi koordinasi panitia dengan pengurus kantor desa, remaja Karang Taruna, dan pelaku UMKM
2. Sharing & Discussion terkait media digital
3. Evaluasi dan pembuatan laporan hasil kegiatan.

Tempat dan waktu: diskusi ini bertempat di Aula Desa Bukit Tinggi dan dilaksanakan pada hari Rabu tanggal 25 Agustus 2021 pada 10.00 WITA sampai dengan selesai. Metode pelaksanaan kegiatan ini adalah metode ceramah yang dilengkapi dengan powerpoint dan selanjutnya dilakukan sesi diskusi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Program kegiatan UMKM berbasis media digital ini dilaksanakan karena pentingnya edukasi pada masyarakat agar sedikit faham bahwa kita berada pada zaman serba instan dan cepat. Kecepatan dan ketepatan inilah yang harus dijawab dengan konsisten melakukan inovasi. Inovasi tidak hanya dilakukan pada bagian produksi saja, tetapi promosi produk juga penting agar produk yang dihasilkan kelihatan lebih menarik dan meningkatkan preferensi konsumen terhadap produk tersebut.

Akan tetapi inovasi yang perlu bahkan harus dilakukan yaitu bagaimana agar produk yang dihasilkan dikenal oleh masyarakat luas. Mengenalkan produk merupakan bagian yang terpenting dalam dunia usaha karena tidak mungkin hanya memproduksi tapi tidak dikenal oleh calon konsumen kita. Oleh karena itu agar produk yang dihasilkan oleh masyarakat luas perlu yang namanya packaging, labeling dan branding produk yang tepat agar masyarakat kenal bahkan selalu diingat dan familiar di kalangan masyarakat dan pasar. Menurut Framitaet al (2020) bahwa packaging, labeling, dan branding menjadi salah satu daya tarik produk untuk meningkatkan penjualan.

Tetapi, produk yang sudah dikemas, dikasih label, dan di branding dengan baik dan benar tidak cukup itu saja dalam memasarkan produk, akan tetapi butuh media yang tepat untuk promosi. Penggunaan media hanya infrastruktur yang tersedia akan tetapi yang membuat pasar tertarik adalah isi dari produk yang kita tampilkan di media atau kita kenal dengan konten. Konten yang menarik akan menarik minat pasar untuk melihat bahkan membelinya.

Secara umum capaian yang ingin dicapai dalam kegiatan tersebut yaitu pembinaan secara berkesinambungan agar masyarakat dalam hal ini remaja atau Karang Taruna memiliki skill atau kemampuan dalam mengelola media. Dimana media ini nantinya sebagai wadah atau tempat untuk mempromosikan produk kerajinan masyarakat yang ada di Desa. Namun dalam pelaksanaannya baru tercapai share and discussions dimana kegiatan ini dihadiri oleh Karang Taruna dan perangkat desa lainnya. Dalam kegiatan tersebut membahas bagaimana cara mempromosikan produk di melalui media digital, diketahui bahwa kegiatan promosi adalah salah satu hal terpenting dalam menjalankan sebuah bisnis untuk memasarkan produk/jasa (Tresnawati et al, 2018).

Untuk mempromosikan produk melalui media digital dibutuhkan kemampuan untuk membuat konten yang baik dan benar serta menarik. Pada kegiatan tersebut juga menampilkan contoh konten yang salah dan contoh konten yang baik dan benar berupa foto maupun video. Harapan akhir dari kegiatan ini peserta yang hadir mampu membuat konten yang baik dan benar beserta menarik mulai dari proses pembuatan, editing sampai proses jadinya. Disamping itu juga agar peserta diharapkan sebagai praktisi atau pengggagas dalam mengelola media sebagai wadah para pelaku usaha dan pengrajin dalam memasarkan hasil produk atau kerajinan yang dihasilkan oleh masyarakat setempat.

Adapun kendala yang dihadapi dalam pelaksanaan kegiatan tersebut yaitu waktu. Dimana waktu sangat dirasakan kurang karena kegiatan ini bersifat berkesinambungan maka dibutuhkan waktu yang banyak agar hasil yang ingin dicapai maksimal. Mulai dari pengkajian masalah sehingga perencanaan dan sampai kepada pelaksanaan dengan rangkaian kegiatan yang lumayan padat.

Adapun sharing yang diberikan pada kegiatan ini untuk menjadi solusi dan memperkecil kendala tersebut yaitu sebagai berikut ;

1. Memberikan pemahaman bahwa harus ada niatan dalam melaksanakan segala sesuatu. Dimana niatan yang kuat dan konsisten pasti memberikan jalan untuk memajukan desa.

2. Memberikan pengetahuan dan praktik digital untuk membuat akun media sosial, cara tampilan yang menarik, cara merekam gambar/video produk UMKM dan cara upload di media sosial dengan baik.
3. Para peserta langsung mempraktikkan teknik pengambilan gambar, cara merekam dan mendiskusikan hasil akhir sebelum di upload di media sosial.
4. Penekanan pemahaman bahwa pola komunikasi untuk promosi produk UMKM lebih efektif dengan media digital dan antusias peserta terlihat dari hidupnya diskusi selama sharing ini. faktor yang mendukung dalam penggunaan media sosial, adalah bahwa signal internet tidak menjadi masalah di desa Bukit Tinggi, dan masyarakat pelaku UMKM rata rata telah memiliki Handphone (Android).



Gambar 1. Suasana diskusi yang diikuti oleh pemuda/remaja desa



Gambar 2. Penjelasan UMKM Berbasis Media Digital oleh Pemateri dari mahasiswa KKN

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan kegiatan diskusi dan sharing ini dapat disimpulkan bahwa para peserta sangat tertarik pada pengenalan dan sharing dari cara pembuatan, editing dan hasil akhir dari media digital. Hal ini menggambarkan bahwa adanya ketertarikan dan semakin paham bahwa promosi hasil UMKM melalui media digital ini akan sangat membantu pemasaran hasil-hasil UMKM yang ada di Desa Bukit Tinggi Kecamatan Gunungsari. Selanjutnya aparat Desa akan melakukan pembinaan dan pemberdayaan kepada kaum remaja atau karang taruna secara berkesinambungan sehingga terbentuknya regenerasi yang responsive, handal, tangguh, berkualitas, berdedikasi dan inovatif. Demi menyiapkan generasi desa yang gemilang.

Saran

Disarankan hasil sharing dan diskusi ini dapat dijadikan sebagai awal untuk menerapkan kegiatan promosi UMKM desa Bukit Tinggi dengan sistem digital sehingga promosi jadi lebih luas jangkauannya

DAFTAR PUSTAKA

- BPS Lombok Barat, 2018. Kecamatan Gunungsari Dalam Angka 2018. Lombok Barat
- Framita, D., & Maulita, D. (2020). Peningkatan Penjualan Melalui Pengemasan, Labelling dan Branding Produk di Desa Sukaratu Kecamatan Cikeusal Kabupaten Serang. *BERDAYA: Jurnal Pendidikan Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(3), 107 - 118. Retrieved from <http://ejournal.imperiuminstitute.org/index.php/BERDAYA/article/view/2>

- Kusumayanti, D., & Wibisono, S. (2020). Pendampingan Promosi Digital Bagi UMKM Kota Bogor. *Jurnal Abdimas Dedikasi Kesatuan*, 1(2), 171 - 180.
<https://doi.org/10.37641/jadkes.v1i2.521>
- Sari A.C., Hartina, R., Awalia, R., Irianti, H., & Ainun, N. (2018). Komunikasi dan Media Sosial. *Jurnal The Messenger*, 3(2), 69.
- Tresnawati, Y., & Prasetyo, K. (2018). Pemetaan konten promosi digital bisnis kuliner kika's catering di media sosial. *Profesi Humas*, 3(1), 102-119.
https://www.youtube.com/watch?v=V_hup3icL_4tu.be/h3RTqvuaYhg
Profil desa bukit tinggi.