

# PEMANFAATAN SOSIAL MEDIA SEBAGAI MEDIA PEMASARAN HASIL PRODUK UMKM DI DESA PEMATANG PANJANG KECAMATAN SERUYAN HILIR TIMUR KABUPATEN SERUYAN

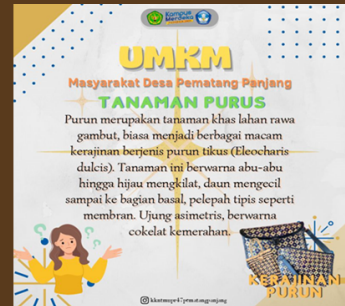
Kiki Kristanto, Agelina Tamara Putri, Ayunda Rahmayanti Dwiputri, Bambang Pamungkas, Dela Pebria Ananda Putri, Endang Ayu Lestari, Emi Susilawati, Friesca Putri Budi Ananda, Friswando Windusa, Helpianus, Haryode Indra Senjaya, Oktaria Asturina, Rangga Sapura, Sepcia Eltina, Sugeng Wahyu Nugroho, Winda Nor Aminah

Oleh karena itu, kami sebagai mahasiswa/i memiliki misi untuk memberikan edukasi tentang bagaimana cara melakukan pemasaran terutama melalui sosial media yang dimiliki oleh pemuda dan pemudi Desa Pematang Panjang, contohnya Facebook. Masyarakat Desa Pematang Panjang diharapkan dapat menaikkan perekonomiannya dengan memasarkan produknya dalam skala yang lebih besar. Dengan demikian, kegiatan ini berpotensi untuk membantu ekonomi masyarakat dan UMKM Desa Pematang Panjang agar dapat berjalan dengan lancar.

## Metode Pemasaran Kerajinan

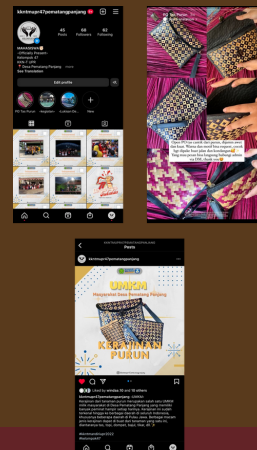
- Pembuatan Content Marketing

Pada tahap pembuatan content marketing ini, kami sekreatif mungkin memfokuskan pembuatan konten yang menarik untuk pemasaran kerajinan purun ini. Mulai dari pengambilan gambar produk, kemudian pengeditan untuk pengenalan produk. Selain itu, tidak lupa juga membuat caption promosi yang menarik untuk lebih meningkatkan minat konsumen



- Promosi Melalui Media Sosial/Social Media Marketing

Pada tahap ini dilakukan promosi produk melalui akun berbagai platform media sosial seperti Whatsapp dan Instagram pribadi anggota KKN Kelompok 47 dan melalui akun Instagram Kelompok 47 yang sesuai juga dengan target konsumen pemasaran ini, yaitu rentang usia remaja hingga dewasa.



Geografisnya yang berupa dataran rendah dengan luas 1428,00 km<sup>2</sup> menjadikan Desa Pematang Panjang memiliki sumber daya alam holtikultura, perkebunan, dan hasil alam yang potensial. Salah satu hasil alam dibudidayakan dan dapat menjadi kerajinan adalah tanaman Purun.

Berdasarkan hasil survey, rata-rata SDM pengrajin purun dan pembuatan olahan minyak kelapa berusia tua, sehingga kurang bisa memanfaatkan teknologi dalam pemasaran hasil olahan. Hal ini menyebabkan pemasaran kerajinan dan olahan hasil alam di Desa Pematang Panjang seperti kerajinan purun dan olahan minyak kelapa masih dilakukan secara konvensional dan hanya menunggu pesanan datang dari pembeli disekitar Desa Pematang Panjang. Hal inilah yang mendasari kelompok KKN-T Mandiri Universitas Palangka Raya untuk memperkenalkan dan memberi edukasi tentang bagaimana cara memanfaatkan sosial media sebagai sarana pemasaran dari hasil olahan alam yang ada di Desa Pematang Panjang.



• Rekapulasi

Rekapulasi adalah mendata seluruh pemesanan yang masuk dan mencatatkannya untuk diberikan kepada pengrajin. Berdasarkan hasil rekapulasi data pemesanan, dapat dilihat juga untuk peminat kerajinan dari purun sendiri lebih banyak kepada kerajinan berbentuk dompet dan tas, walaupun sebenarnya kerajinan dari purun ini dapat dibuat lebih banyak produk lagi seperti tikar dan topi. Selain itu, rekapulasi yang dilakukan ini dapat menjadi salah satu metode untuk mengontrol banyaknya pemesanan yang masuk, mengingat kerajinan ini masih dibuat secara manual dengan tangan masyarakat, sehingga perlu dilakukan controlling pemesanan yang masuk agar dapat menyesuaikan dengan kesanggupan masyarakat sekitar dengan berapa banyak jumlah kerajinan purun yang dapat dibuat apabila terdapat peminat yang lebih banyak.

• Sistem Pembayaran

Untuk sistem pembayaran yang digunakan adalah melalui via transfer, dimana pada saat itu kami menggunakan rekening salah satu anggota KKN Kelompok 47 sebagai wadah pembayaran produk pemesanan khusus untuk pemesanan yang berada di luar daerah. Sedangkan yang berada di sekitar tempat pembuatan produk dapat membayar secara langsung



• Pengemasan dan Pengiriman Produk

Pengemasan produk kerajinan dari purun tidak dapat dilakukan dengan sembarangan dikarenakan produk kerajinan dari purun tidak dapat dilipat dan terkena air. Sehingga beberapa produk dikemas akan dikemas didalam kardus atau didalam kantong khusus seperti paper bag dll yang muat untuk penyimpanan produk kerajinan. Pengiriman sendiri langsung dibawakan oleh anggota KKN Kelompok 47 ketika balik pulang ke Kota Palangka Raya

Pemberdayaan UMKM di Desa Pematang Panjang kami lakukan dengan cara membentuk pengurus tetap dari UMKM yang ada di desa agar bisa lebih fokus lagi dalam mengembangkan UMKM yang ada di Desa Pematang Panjang dan agar lebih giat lagi dalam mempromosikan UMKM yang ada di sana. Selain hal tersebut kami juga membantu dalam mempromosikan produk kerajinan purun dari Desa Pematang Panjang. Menurut kami kerajinan purun ini memiliki potensi yang cukup besar karena peminat kerajinan purun selain berasal dari daerah Seruyan hilir juga berasal dari daerah Kotim yaitu Sampit.

Kendala yang dihadapi oleh UMKM adalah hubungan dengan prospek ke depannya yang kurang jelas dan juga visi misi yang tidak ada. Pemberian informasi atau data dan jaringan pasar, pendampingan serta peningkatan kapasitas teknologi informasi merupakan beberapa strategi peningkatan daya saing UMKM di Desa Pematang Panjang, yang pentingnya adalah pengurus UMKM yang dapat membantu meningkatkan daya saing UMKM serta strategi pemasaran dari produk UMKM Desa Pematang Panjang. Oleh karena itu diperlukan sinergi semua pihak terutama antara pelaku usaha, pemerintah desa dan pengurus UMKM yang solid

Strategi yang kami lakukan untuk memberdayakan UMKM Desa Pematang panjang selain membentuk kepengurusan adalah membuat media sosial (berupa Instagram dan Facebook- lampran link medsos UMKM) dari UMKM. Hal ini bertujuan agar kelak promosi dari produk UMKM ini dapat semakin lebih luas. Seperti yang kita tahu, pengguna sosial media seperti Facebook dan Instagram sangatlah banyak, kami berharap kedepannya produk UMKM Desa Pematang Panjang dapat terjual dalam skala nasional

