

## **Sosialisasi UMKM Go Digital, Foto Produk dan Optimalisasi Media Sosial di Desa Mangkupadi Kab. Bulungan Rumah Sentra IKM Olahan Pangan Hasil Laut**

**Syahran<sup>1</sup>, Ahmad Juliana<sup>2</sup>, Ferawati Usman<sup>3</sup>, Santi<sup>4</sup>, Iis Latifah<sup>5</sup>, Elia Jones<sup>6</sup>**

*<sup>1,2,3,4,5,6</sup> Prodi Manajemen, Universitas Borneo Tarakan, Indonesia*

### **Corresponding Author**

**Nama Penulis:** Syahran

**E-mail:** [Syahran\\_007@yahoo.com](mailto:Syahran_007@yahoo.com)

### **Abstrak**

*Perkembangan teknologi informasi berkembang dengan pesat. Sebagaimana aktivitas Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) memanfaatkan teknologi informasi untuk menjalankan usahanya. Semakin banyaknya pesaing menjadi pertimbangan bagi pelaku usaha untuk melakukan inovasi dalam memenangkan persaingan tersebut. Strategi komunikasi pemasaran yang tepat digunakan untuk bisa meraih pangsa pasar yang dituju sehingga dapat meningkatkan penjualan. Metode pengabdian Masyarakat yang dilakukan adalah sosialisasi dan pelatihan UMKM Go digital, Foto produk dan optimalisasi media sosial di Desa Mangkupadi Kab. Bulungan Rumah Sentra IKM Olahan Pangan Hasil Laut. Dengan diimplementasikannya hasil pengetahuan dari kegiatan pengabdian ini, sehingga anggota IKM dapat meningkatkan produk jualnya dalam mendukung perekonomian di Desa Mangkupadi.*

**Kata kunci** - UMKM, Foto produk, Media Sosial

### **Abstract**

*The development of information technology is growing rapidly. Some activities of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) utilize information technology to run their business. The increasing number of competitors is a consideration for business actors to innovate to win the competition. The right marketing communication strategy is used to achieve target market share so that sales can be increased. The community service methods carried out are socialization and training for MSMEs Go digital, product photos and optimization of social media in Mangkupadi Village, District. Bulungan Home, Small and Medium Enterprises Center for Seafood Processing. By implementing the knowledge results from this service activity, IKM members can improve their selling products to support the economy in Mangkupadi Village.*

**Keywords** - MSMEs, product photos, social media

## **PENDAHULUAN**

Perkembangan teknologi sekarang ini telah banyak menunjukkan kemajuan yang luar biasa. Banyak hal dari sektor kehidupan yang telah menggunakan keberadaan dari teknologi itu sendiri. Kehadirannya telah memberikan dampak yang cukup besar terhadap kehidupan umat manusia dalam berbagai aspek dan dimensi. Demikian halnya dengan teknologi komunikasi yang merupakan peralatan perangkat keras dalam struktur organisasi yang mengandung nilai sosial yang memungkinkan individu untuk mengumpulkan, memproses dan saling tukar informasi.

Salah satu kekuatan ekonomi yang selama ini menjadi penunjang ekonomi negara Indonesia dan kekuatan ekonomi daerah adalah kehadiran pelaku Industri Kecil Menengah (IKM). Pada saat ekonomi dunia dan perekonomian Indonesia mengalami resesi, justru pelaku IKM tidak sedikitpun tidak terkena dampak negatif resesi ekonomi tersebut, bahkan sebagian besar pelaku IKM tetap dapat mengembangkan usahanya dalam menunjang perekonomian negara. Pelaku IKM dapat mempertahankan dan meningkatkan kontribusi pertumbuhan ekonomi daerah serta peningkatan penerimaan pada sektor pajak negara, selain ditunjang oleh industri skala besar, juga ditunjang secara signifikan oleh kelompok-kelompok industri skala kecil. (Ivan dkk, 2018)

Media sosial atau jejaring sosial menjadi platform yang paling sering digunakan oleh masyarakat. Jejaring sosial yang tersedia terkadang memiliki beberapa perbedaan. Beberapa media sosial hanya berfokus pada pertemanan seperti Facebook, Instagram, dan Twitter, ada pula yang khusus untuk mencari dan membangun relasi seperti yang ditawarkan LinkedIn. Selain itu tersedia pula media yang lebih pribadi seperti electronic mail (e-mail) dan pesan teks. Search engine seperti Google dan Yahoo pun dapat diberdayakan. Dengan cara ini para pelaku usaha juga dapat memanfaatkan media blog maupun website pribadi.

Perkembangan teknologi informasi berkembang dengan pesat. Sebagaimana aktivitas Industri Kecil Menengah (IKM) memanfaatkan teknologi informasi untuk menjalankan usahanya. Semakin banyaknya pesaing menjadi pertimbangan bagi pelaku usaha untuk melakukan inovasi dalam memenangkan persaingan tersebut. Strategi komunikasi pemasaran yang tepat digunakan untuk bisa meraih pangsa pasar yang dituju sehingga dapat meningkatkan penjualan (Pradiani, 2018).

Ada beberapa potensi unggulan daerah kabupaten Bulungan, khususnya di kecamatan Tanjung Palas Timur. Sebagai daerah pesisir tentu memiliki potensi yang besar di sektor perikanan, namun dari sisi darat ternyata Tanjung Palas Timur juga menyimpan potensi yang sangat besar di sektor pertanian, peternakan dan perkebunan. Untuk sektor perikanan perlu menjadi perhatian, khususnya dalam mengembangkan industri olahan hasil laut agar berdaya saing tinggi. Hasil laut masyarakat perlu didorong untuk diolah melalui industri, minimal industri rumahan dulu. Demikian juga dari sisi pertanian dan perkebunan yang perlu dikembangkan pada komoditas tertentu seperti merica, jagung dan kopi. Serta tanaman hortikultura lainnya.

Desa Mangkupadi termasuk desa yang memiliki kekayaan sumber daya alam yang cukup potensial dan bervariasi jenisnya antara lain pertanian, perkebunan, peternakan, pertambangan (Batu bara) serta sumber daya laut yang melimpah. Penduduk Desa Mangkupadi terdiri dari ± 2.516 jiwa terdiri dari 1.367 jiwa berjenis kelamin laki-laki dan 1.149 jiwa berjenis kelamin perempuan. Dilihat dari jumlah penduduk dan luas wilayah Desa Mangkupadi sangat berpotensi dalam rangka peningkatan pembangunan. Potensi pertanian, peternakan dan perkebunan di Desa Mangkupadi meliputi tanaman pangan, Peternakan sarang burung walet dan perkebunan. Pertanian tanaman pangan meliputi bahan makanan dan buah-buahan, yakni jagung, umbi-umbian, buah-buahan, sayur-sayuran serta kacang-kacangan. Dalam bidang pertanian yang menjadi sektor unggulan adalah lada serta perkebunan sawit yang merupakan sumber mata pencaharian alternative utama ke depan masyarakat dari Desa Mangkupadi. Sedangkan dalam bidang kelautan, sumber daya utama adalah hasil tangkapan laut berupa ikan, rumput laut dan kerang.

Bupati Bulungan Sudjati berharap, rumah sentra IKM Olahan Pangan Hasil Laut di Desa Mangkupadi dapat dimanfaatkan dengan sebaik-baiknya oleh masyarakat dan kelompok yang ada.

---

This work is licensed under Creative Commons Attribution License 4.0 CC-BY International license

"Sangat diharapkan untuk difungsikan semaksimal mungkin, tidak hanya hasil laut namun hasil pertanian pun sangat kami harapkan bisa diolah," beber dia.

Dia juga berharap agar rumah produksi tersebut dapat dimanfaatkan oleh seluruh masyarakat Desa Mangkupadi untuk mengelolah hasil-hasil ekonomi yang produktif, juga ada inovasi dari desa setempat untuk tidak hanya mengelola satu jenis komoditi saja, namun harus bisa mengelolah usaha ekonomi produktif lainnya. Langkah itu lanjut dia, bisa membuat ekonomi di wilayah tersebut dapat meningkat lagi. "Hasil dan pemasaran tidak hanya di wilayah desa setempat saja, harus bisa dipasarkan keluar kecamatan, kabupaten maupun provinsi," ungkap Sudjati.

Dari Disperindagkop sendiri telah membantu dalam menyediakan peralatan untuk rumah produksi tersebut seperti, lemari es, Genset, mixer hingga mesin open. Dengan demikian produksinya sudah terpisah dari produksi rumah tangga. Diharapkan ke depan, hasil-hasil produksi yang dihasilkan dapat mengikuti pameran produk, sebab produksinya sudah sangat tertata.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pengelola Rumah Sentra IKM Ibu Eka, Kendala yang dihadapi saat ini ialah pemasaran. Sejauh ini, lanjutnya bukan berarti tanpa usaha, pemasaran baik online baik itu dari media sosial seperti Facebook, Instagram, maupun Whatsapp hingga offline pun telah dilakukan. "Kan ini produksi sudah banyak, sebab setiap hari sudah produksi, untuk itu kami berharap kepada pemerintah agar ada wadah atau pusat IKM untuk kami bisa dibantu memasarkan produk yang ada ini, baik itu pada kegiatan yang sifatnya kabupaten/kota, provinsi, maupun nasional," ungkap Eka.

Berdasarkan hasil riset lapangan diatas, maka dilakukanlah Sosialisasi UMKM Go Digital, Foto Produk dan Optimalisasi Media Sosial di Desa Mangkupadi Kab. Bulungan "Rumah Sentra IKM Olahan Pangan Hasil Laut" yang melibatkan Dosen dan beberapa mahasiswa KKN dari Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Borneo Tarakan. Dengan harapan bahwa setelah diadakannya sosialisasi ini maka dapat membantu dan memberikan Solusi atas kendala yang dihadapi oleh Rumah Sentra IKM dapat teratasi sehingga proses produksi bisa menjadi lebih lancar dan hasil penjualan dapat meningkat.

## **METODE**

Dalam pelaksanaan kegiatan ini, Metode yang dilakukan pada pengabdian kali ini adalah Sosialisasi Bersama dengan Para Anggota dari Rumah Sentra IKM di Desa Mangkupadi. Kegiatan ini dilaksanakan dengan 4 metode pelaksanaan yang dijelaskan secara ringkas padat dan jelas dibawah ini.

(1). Tahap perencanaan kegiatan.

Tim pelaksana pada awal kegiatan mengundang para anggota Rumah Sentra IKM Olahan hasil Laut di Desa Mangkupadi. Selanjutnya tim pelaksana menentukan tema dan tahapan sosialisasi.

(2). Sosialisasi

Sosialisasi dilakukan satu kali tatap muka dengan materi tentang pemasaran dan UMKM Go Digital khususnya mengenai pengemasan (packaging), foto produk, dan cara penggunaan media sosial. Dengan pemberian materi ini diharapkan dapat memotivasi anggota IKM untuk bisa melakukan proses pemasaran dan pemanfaatan media social dengan baik. Pada tahap ini dilakukan sesi tanya jawab kepada anggota IKM dan para anggota IKM bisa langsung bertanya kepada para narasumber.

(3). Pelatihan

Pelatihan usaha dilakukan dengan memberikan pelatihan secara langsung, contoh pembuatan desain kemasan yang unik dan menarik, cara membuat foto produk dengan baik, menarik dan estetik serta cara menggunakan media social sebagai media promosi produk. Pelatihan ini diberikan sebanyak satu kali tatap muka. Dalam pertemuan ini dijelaskan cara pembuatan kemasan produk dimulai dari kemasan luar yang dibuat menarik, cara pengambilan foto produk yang estetik dan pelatihan cara penggunaan social media (facebook, Instagram, whatsapp, tiktok) untuk promosi produk. Luaran atau hasil yang ingin dicapai dalam program PKM ini adalah : a. IKM dapat menjadi lebih mandiri,

---

This work is licensed under Creative Commons Attribution License 4.0 CC-BY International license

inovatif, dan kreatif b. IKM dapat memasarkan produk olahan untuk meningkatkan pendapatan ekonomi keluarga.

(4). Tahap akhir kegiatan.

Evaluasi pada akhir kegiatan ini dilakukan untuk mengukur keberhasilan dari seluruh program pelatihan. Adapun indikator keberhasilan dari kegiatan ini ditetapkan 80% peserta dalam kegiatan pelatihan ini dapat memahami teknik melakukan foto produk, pemanfaatan media social untuk pemasaran produk yang akan dijual kepada konsumen.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### A. Aktivitas pelaksanaan pengabdian.

Pelaksanaan Sosialisasi UMKM Go Digital, Foto Produk dan Optimalisasi Media Sosial Rumah Sentra IKM Olahan Pangan Hasil Laut dilaksanakan di Desa Mangkupati Kec. Tanjung Palas Timur Kab. Bulungan. Sosialisasi diberikan dalam bidang pemasaran dengan memberikan materi mengenai cara pengemasan produk yang menarik, cara pembuatan kemasan, foto produk yang estetik dan pemanfaatan media sosial sebagai media promosi. Dalam bidang pemasaran, masalah yang dihadapi oleh para anggota IKM adalah sulitnya melakukan pemasaran produk baik itu dari packaging yang kurang menarik maupun foto produk yang kurang estetik dikarenakan cara pengambilan foto produk tidak menggunakan teknik yang tepat dalam memotret produk serta cara promosi atau memasarkan produk yang belum memaksimalkan media sosial, selama ini IKM hanya melakukan penjualan di lokasi atau tempat IKM itu sendiri berdiri.



Gambar 1.

Rumah Sentra IKM Olahan Pangan

Di era teknologi informasi yang semakin pesat saat ini, media promosi produk sangat banyak dan jangkauannya pun sangat luas, tidak hanya terbatas pada suatu wilayah, namun jangkauannya secara global. Para pelaku IKM diperkenalkan dengan media promosi yang mudah digunakan dalam mempromosikan atau menjual produknya melalui media sosial secara online seperti Instagram, Facebook, Whatsapp, dan Youtube. Bahkan Pelaku IKM bisa menjual produk yang dihasilkan melalui *platform onlineshop* yang ada saat ini seperti, Tokopedia, Shopee, Bukalapak, Lazada dll. Dengan memperkenalkan para pelaku IKM dengan media promosi yang bisa digunakan tersebut, maka diharapkan bisa mengatasi permasalahan pelaku IKM dalam hal pemasaran produk yang mereka hasilkan. (Usman dkk., 2022).

## **B. Pelaksanaan Pelatihan dan Sosialisasi**

Pada saat pelaksanaan pelatihan dan sosialisasi adalah bagaimana mengembangkan jiwa wirausaha yang telah ada pada pelaku IKM. Pelatihan dan sosialisasi ini dilaksanakan dengan memberikan materi berupa teori terlebih dahulu mengenai Potensi pengembangan IKM di Desa melalui pemberian pelatihan oleh Pakar di bidangnya, peserta diberikan materi mengenai bagaimana cara proses pengemasan produk yang baik, kemudian bagaimana cara pengambilan / Teknik pemotretan foto produk sehingga tampak estetik dan bagaimana cara menggunakan sosial sebagai media promosi. Setelah itu anggota IKM diberikan kesempatan langsung untuk melakukan variasi menu kemudian bagaimana cara atau teknik dalam pengambilan foto agar nampak menarik, estetik dan tidak buram



**Gambar 2.**  
Kegiatan Pelatihan dan Sosialisasi

Selanjutnya para anggota IKM diberikan materi mengenai cara dalam pemanfaatan media social sebagai media promosi. Langkah pertama jika ingin melakukan promosi di sosial media adalah menentukan target konsumen terlebih dahulu dengan menentukan target konsumen yang sesuai dengan produk yang ditawarkan. Cara ini akan menentukan gaya bahasa, visualisasi hingga strategi penawaran yang digunakan dalam proses promosi produk. Langkah kedua, memilih Jenis Media Sosial. Saat ini ada banyak sekali jenis media sosial yang bisa digunakan untuk promosi. Akan tetapi jika ingin promosi produk efektif dan sesuai target maka kita harus memilih media sosial yang tepat. Dengan memilih jenis media sosial yang tepat, akan lebih mudah untuk menjaring audience dan konsumen. Langkah ketiga, membuat tampilan sosial media yang unik, agar konsumen mudah mengenali produk yang ditawarkan, sebisa mungkin membuat profil sosial media yang unik dan memiliki ciri khas. Dengan cara ini, konsumen akan mudah mengenali dan mengingat produk sehingga peluang untuk membeli juga akan semakin besar. Langkah keempat adalah membuat kalender konten yang konsisten. Salah satu kunci sukses dalam promosi produk di sosmed adalah

This work is licensed under Creative Commons Attribution License 4.0 CC-BY International license

konsisten dalam memberikan konten kepada pelanggan setia. Hal ini akan membuat orang lebih mudah mengingat produk yang kita jual sehingga akan lebih mudah dalam menarik pelanggan. Langkah selanjutnya adalah Responsif, saat menawarkan barang secara online, kunci utama jika ingin mendapatkan pelanggan adalah cepat dalam menanggapi chat dari pelanggan. Jawaban yang responsif bisa membuat pelanggan lebih nyaman dan senang sehingga akan percaya untuk membeli barang yang ditawarkan. Langkah terakhir adalah membuat hashtag yang konsisten, Hashtag ini berguna untuk mengidentifikasi konten dan produk yang dibuat. Buat hashtag semenarik mungkin agar audiens tertarik dan menjadi tren sehingga produk yang ditawarkan akan semakin dikenal dan diminati.



**Gambar 3.**

Hasil Produksi Olahan Ikan

Setelah diberikan penjelasan mengenai strategi pemanfaatan media social selanjutnya para anggota diberikan praktek langsung mengenai cara penggunaan aplikasi social media di handphone, seperti mereka diajari mengenai cara memposting foto produk, cara menampilkan di story dan reels pada Instagram, cara menampilkan foto produk yang baru di status whatsapp maupun tiktok.

Sesi terakhir dari pelatihan ini adalah tanggapan dan evaluasi dari para anggota IKM mengenai sosialisasi dan pelatihan yang telah diberikan. Tanggapan diberikan oleh Ketua IKM, Ibu Eka yang terkesan dengan sosialisasi yang diberikan karena berbeda dengan sosialisasi-sosialisasi sebelumnya. Sosialisasi dan Pelatihan sebelumnya lebih banyak mendengarkan ceramah, sedangkan pelatihan sekarang justru peserta yang aktif untuk memecahkan berbagai masalah yang dihadapinya. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa pengetahuan peserta semakin bertambah dan wawasan mengenai usaha mereka juga bertambah. Ternyata berwirausaha itu tidak hanya berdasarkan turun temurun, tetapi juga harus melakukan inovasi sehingga pemasaran pun akan semakin berkembang.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan pembahasan kegiatan sosialisasi UMKM Go Digital, Foto Produk dan Optimalisasi Media Sosial di Desa Mangkupati Kab. Bulungan Rumah Sentra IKM Olahan Pangan Hasil Laut merupakan potensi besar dalam Upaya peningkatan kemampuan anggota Rumah sentra

This work is licensed under Creative Commons Attribution License 4.0 CC-BY International license

IKM olahan hasil laut dalam memanfaatkan sosial media dan menambah penghasilan. Penyelenggaraan sosialisasi dilakukan secara langsung Dimana pemateri merupakan pakar (akademisi) berdasarkan bidang/tema yang diusung yaitu mengenai pemasaran, para anggota IKM langsung mempraktekkan cara bagaimana membuat foto produk yang menarik, membuat kemasan (packaging) yang unik serta bagaimana cara menggunakan media sosial sebagai wadah untuk mempromosikan produk. Melalui kegiatan ini para anggota telah mengalami peningkatan pengetahuan mengenai tema sosialisasi berdasarkan evaluasi yang dilakukan oleh pemateri, Dimana didapatkan data 80% anggota IKM telah memahami tema sosialisasi dengan cara mempraktekkan langsung dan narasumber langsung memberikan penilaian terhadap hasil yang mereka kerjakan. Dengan diimplementasikannya hasil pengetahuan dari kegiatan pengabdian ini, sehingga anggota IKM dapat meningkatkan produk jualnya dalam mendukung perekonomian di Desa Mangkupadi.

### **UCAPAN TERIMA KASIH**

Ucapan terimakasih kami kepada bapak kepala desa Magkupadi, kecamatan Tanjung Palas Timur Kabupaten Bulungan beserta jajarannya yang telah banyak memberi kesempatan dan bantuannya kepada kami dalam melaksanakan kegiatan di desa desa Mangkupadi dan kepada Ibu Eka selaku Ketua IKM Rumah Sentra Olahan Laut Desa Mangkupadi beserta anggota dan segenap civitas fakultas ekonomi universitas borneo Tarakan.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Ivan R.S dan Fachrudin Z.O. 2018. Pelatihan Kewirausahaan bagi Pelaku UMKM di Kelurahan Biyonga Kecamatan Limboto Kabupaten Gorontalo. Sistem Informasi Pengabdian. <http://lpm.ung.ac.id/abdi.php>
- Pradiani, T. (2018). Pengaruh Sistem Pemasaran Digital Marketing Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Hasil Industri Rumahan. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 11(2), 46-53.
- Usman, F., Suryaningsih, Nursia, Hidayat, N., Ahmatang, dan Malik, A.D. (2022), Pelatihan Kewirausahaan Bagi Pelaku UMKM di Kelurahan Pantai Amal Kecamatan Tarakan Timur Kota Tarakan. *JUMPA: Jurnal Pengabdian Masyarakat Paguntaka*, Vol. 1, No. 1. hal 1 – 8.