

PENINGKATAN KEWIRAUSAHAAN KERIPIK BAYAM MENGGUNAKAN MEDIA SOSIAL UNTUK MENINGKATKAN EKONOMI DESA KOTA AGUNG

Angga Aprianto ¹⁾,

¹⁾ Fakultas Teknik, Universitas Muhammadiyah Bengkulu
Corresponding Email: anggaaprianto82@gmail.com

Abstrak

Promosi adalah suatu hal yang harus dilakukan setiap perusahaan atau tempat usaha dalam menawarkan produk mereka. Pelaksanaan media promosi dapat dilakukan dengan memanfaatkan facebook dan instagram sebagai media promosi yang aktif dengan alasan bahwa instagram memiliki kepraktisan dan memberikan manfaat terhadap penjualan yaitu hanya dengan mengunggah foto ataupun video produk ke akun tersebut, kemudian foto tersebut dilihat oleh konsumen dan konsumen tertarik untuk membeli. Di desa Kota Agung Kabupaten Bengkulu Utara masih banyak ibu-ibu rumah tangga yang memiliki usaha keripik bayam dan belum mengetahui cara berjualan di media sosial dan masih sangat mengandalkan berjualan yang di titip di warung-warung terdekat di dalam desa. Sehingga perlu adanya pengembangan penjualan usaha dengan cara menggunakan media sosial sebagai tempat pemasaran produk melalui akun media sosial yang merupakan wadah promosi. Kegiatan ini dilakukan untuk membantu pelaku usaha keripik bayam untuk meningkatkan penjualan dengan cara mengenalkan bagaimana cara memanfaatkan media sosial sebagai media promosi.

Kata kunci: kewirausahaan keripik Bayam, Motivasi

Abstract

Promotion is something that every company or place of business must do in offering their products. The implementation of promotional media can be done by utilizing Facebook and Instagram as active promotional media on the grounds. Instagram has practicality and provides benefits to sales, namely only by uploading photos or product videos to the account, then the photo has seen by consumers and consumers are interested in buying. There are still many housewives who have a spinach chip business and do not know how to sell on social media and still rely heavily on selling, which is entrusted to the nearest stalls in the village of Kota Agung. And then it is necessary to develop business sales by using social media as a place for product marketing through social media accounts which are promotional platforms. This activity has carried out to help spinach chip business actors to increase sales by introducing how to use social media as a promotional medium.

Keywords: Spinach chips, entrepreneurship, motivation

PENDAHULUAN

Pertumbuhan industri makanan dan minuman menjadi salah satu penopang pertumbuhan non migas nasional. Sektor makanan dan minuman selalu menunjukkan pertumbuhan positif dan memberikan kontribusi terbesar pada pertumbuhan non migas nasional. Bahkan industri makanan dan minuman nasional terbukti menjadi salah satu industri dengan tingkat pertumbuhan cukup tinggi pada sektor industri pengolahan non migas di Indonesia, yakni sebesar 31,51%. Hal tersebut menunjukkan bahwa sektor industri makanan dan minuman mempunyai peranan yang besar dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia. Peluang usaha industri makanan dan minuman memiliki prospek yang cukup menjanjikan. Strategi Pengembangan Bisnis Keripik bayam (*Amaranthushybridus*) dengan menggunakan media sosial. Tingginya tingkat permintaan masyarakat akan berbagai jenis makanan dan minuman, terutama di wilayah perkotaan yang masyarakatnya memiliki kecenderungan untuk menyukai kuliner. Disamping itu, usaha industri makanan dan minuman relatif mudah, menggunakan teknologi yang relatif sederhana dan ketersediaan bahan baku dari produk primer hasil pertanian.

Tanaman sayuran merupakan komoditi pertanian yang berprospek cerah. Untuk menghasilkan sayuran komersial yang segar dan bermutu tinggi dengan harga yang layak dan keuntungan nilai tambah yang memadai memerlukan suatu penanganan yang baik mulai dari perencanaan tanam hingga pemasaran ke konsumen.

Bayam merupakan bahan sayuran yang bergizi tinggi dan digemari oleh semua lapisan masyarakat. Tanaman bayam juga merupakan salah satu jenis sayuran komersial yang mudah diperoleh di setiap pasar, baik pasar tradisional maupun pasar swalayan. Harganya dapat terjangkau oleh semua lapisan masyarakat karena harganya relatif murah. Meningkatnya kepedulian masyarakat terhadap gaya hidup sehat menciptakan peluang usaha bagi petani. Hal tersebut juga meningkatkan kebutuhan sayuran yang berkualitas dan meningkatnya produk-produk olahan yang dapat menjadi nilai tambah dari komoditi bayam tersebut. Keripik bayam merupakan cemilan yang tergolong baru jika dibandingkan dengan keripik pisang maupun singkong.

Keripik bayam ini dibuat dari bahan baku bayam yang cara pembuatannya lebih mudah jika dibandingkan dengan cara membuat keripik singkong atau pisang. Keripik bayam ini pun sangat sehat dan bisa dijadikan salah satu cara efektif memakan sayuran dengan sensasi yang berbeda. Bayam merupakan salah satu komoditas pertanian yang banyak dibudidayakan oleh petani. Komoditas ini lebih dikenal oleh masyarakat sebagai sayuran yang mudah diperoleh dan memiliki banyak manfaat bagi kesehatan.

Salah satu cara yang dapat dilakukan untuk meningkatkan nilai tambah dari komoditas bayam adalah dengan melakukan diversifikasi pemanfaatan daun bayam yang selama ini hanya dimanfaatkan sebagai sayuran menjadi produk keripik bayam. Adanya unit usaha yang mengolah daun bayam menjadi keripik bayam, akan dapat meningkatkan permintaan bayam sebagai bahan baku. Peningkatan permintaan akan komoditas ini tentunya akan memotivasi para petani bayam untuk mengembangkan usahanya dan memotivasi petani atau calon petani untuk mengembangkan komoditas bayam. Berkembangnya usaha keripik bayam, selain memberikan nilai

tambah bagi komoditas bayam, juga dapat meningkatkan kesempatan kerja dan memberikan alternatif bahan makanan yang berbahan sayuran bagi masyarakat. Besarnya peluang untuk mendirikan sebuah unit usaha baru dengan melihat berbagai potensi yang ada saat ini, tidak serta merta membuat unit usaha dapat berkembang.

Jumlah populasi negara Indonesia sebanyak 256,4 juta orang, sebanyak 130 juta orang atau sekitar 49 persen diantaranya merupakan pengguna aktif media social. Jenis media sosial yang dikenal oleh masyarakat sangat beragam. Menurut hasil riset oleh 'We Are Social' diantara banyaknya jenis media sosial tersebut, media sosial yang diminati orang Indonesia saat ini diantaranya Youtube, Facebook, Instagram, dan Twitter.

Pemanfaatan media-media sosial sebagai wadah untuk pemasaran secara digital masing belum diterapkan secara maksimal, terkhusus bagi masyarakat atau pelaku usaha yang mempunyai latar belakang pendidikan yang rendah ataupun termasuk dalam generasi tua yang gagap teknologi. Hal ini juga akan dipengaruhi dengan strategi ataupun inovasi yang digunakan sebagai upaya keluar dari masa sulit seperti ini. Pelaku usaha keripik Bayam di desa Kota Agung tergolong masih kecil, karena masih tergolong usaha baru dan pasarnya yang masih sempit.

A. Analisis Situasi

1. Semua ibu-ibu telah mengenal media sosial seperti facebook dan instagram
2. Masih banyaknya ibu-ibu yang belum memanfaatkan media sosial dalam kegiatan pemasaran produk keripik bayam.

B. Tujuan dan Manfaat

Kegiatan ini bertujuan untuk mendampingi pelaku usaha agar tetap bertahan di tengah krisis pandemi dengan metode sosial media pemasaran. Lebih spesifik, tujuan dari adanya kegiatan ini yaitu memberikan edukasi dan pelatihan tentang proses produksi yang baik dan benar; pemasaran suatu produk secara digital.

.Kegiatan pengabdian ini bermanfaat untuk menambah pengetahuan masyarakat tentang penjualan menggunakan media digital.

METODE

A. Waktu dan Tempat Kegiatan

Kegiatan ini dilakukan dengan cara memanfaatkan sosial media sebagai sarana promosi usaha keripik bayam yang dilakukan bersama ibu-ibu di desa Kota Agung. Kegiatan ini dilakukan dengan cara mengajarkan serta membuat bagaimana cara menggunakan media sosial dengan membuat akun penjualan keripik bayam di facebook dan lain-lain.

B. Tahapan Kegiatan

Kegiatan ini dilakukan bersama pemilik usaha penjualan keripik bayam ibu rumah tangga di desa Kota Agung Kecamatan Air Besi Kabupaten Bengkulu Utara, program ini dilakukan untuk membantu usaha tersebut agar lebih maju dengan cara membuat akun media sosial serta mengajarkan cara menjual keripik tersebut menggunakan media sosial

Volume : 1
Nomor : 1
Bulan : Juni
Tahun : 2022

disamping itu juga diajarkan cara membuat kemasan yang baik dalam kegiatan promosinya. SEHINGGA nantinya dapat lebih maju dan lebih cepat laku dan tidak hanya di pasaran didesa itu saja melainkan ke luar desa bahkan kota.

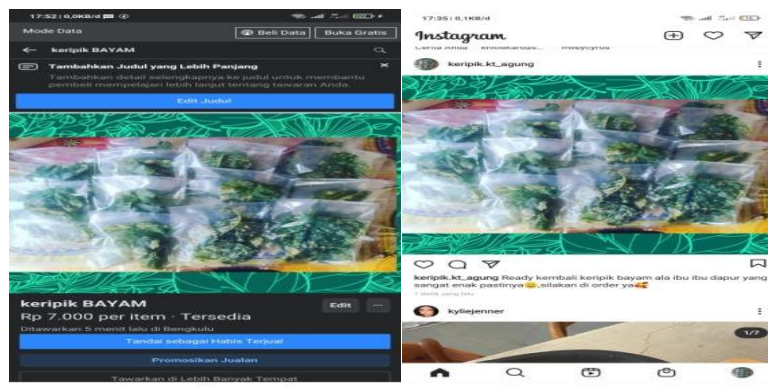
HASIL DAN PEMBAHASAN

Pembuatan keripik bayam sangat sederhana, baik dari bahan dan alat yang digunakan maupun cara mengolahnya. Bahan-bahan yang digunakan mudah didapat di pasaran dengan harga yang tidak terlalu mahal dan bahan seperti daun bayam yang digunakan adalah daun bayam yang lebih tua dan ukuran yang lebih besar agar terlihat lebih menarik. Sedangkan peralatan yang digunakan bisa memanfaatkan peralatan di dapur. Pembuatan keripik bayam ini dilakukan selama $\pm$ 3 jam. Setelah dilakukan pembuatan keripik bayam ini di simpan didalam kantong plastik yang dikemas menarik untuk nantinya dijual. Setelah keripik bayam sudah siap dijual kami mulai melakukan pemasaran keripik bayam ini ke sosial media yaitu facebook dengan cara memfoto produk kami, sebelum memposting foto-foto tersebut kami memastikan terlebih dahulu berapa harga yang akan kami jual nantinya.

Media sosial khususnya instagram mempunyai berbagai keuntungan dalam kegiatan promosi, seperti untuk dapat menyampaikan sebuah informasi kepada konsumen tidak membutuhkan biaya dan tenaga, bahkan waktu yang digunakan untuk menyampaikan informasi ke banyak orang sangatlah singkat. Melalui instagram, informasi yang ingin kita sebar tidak harus berupa tulisan, foto bahkan video pun dapat kita sebar kepada konsumen dengan mudah.



Gambar : Kegiatan Pembuatan keripik Bayam.



Gambar : Produk Keripik Bayam

Dampak yang di rasakan oleh masyarakat dalam menggunakan media sosial sebagai wadah pemasaran produk usaha mereka adalah peningkatan minat masyarakat di luar desa untuk membeli keripik bayam sehingga dapat meningkatkan keuntungan yang lebih dan cara pemasarannya lebih praktis.

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Dari kegiatan pengabdian yang telah dilakukan maka, dapat ditarik beberapa kesimpulan banyak ibu-ibu yang telah mengetahui bagaimana promosi produk mereka dengan menggunakan facebook dan instagram.

B. Saran

Kegiatan ini hendaknya dapat dikembangkan lagi dan dilakukan terus menerus secara berkesinambungan oleh warga masyarakat terutama pemerintahan setempat untuk tetap memperhatikan masyarakatnya.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terimakasih kepada pihak Universitas Muhammadiyah Bengkulu dan pihak desa Kota Agung Kabupaten Bengkulu Utara yang telah memberikan masukan dan motivasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraeni, L.(n.d.). Retrieved September 7, 2018, from <http://teknologi.metrotvnews.com/newsteknologi/0k8L1edk-130-jutapenduduk-indonesia-sudah-pakaimedsos>
- Chesbrough, H. W, 2006. Open Business Models: How to Thrive in The New Innovation Landscape. Boston: Harvard Business School Press
- Gunawan, T. 2017. Khasiat dan Manfaat Bayam. www.aura-ilmu.com. Diakses pada 30 Oktober 2016.
- Husin, Saleh, 2016. Sektor Makanan dan Minuman Topang Pertumbuhan Industri. www.antaraneews.com. Diakses pada 12 Oktober 2016.
- Nielsen, Christian & Lund, Morten, 2013. The Basics of Business Models. Bookboon.com.
- Osterwalder, A. & Pigneur, Y., 2012. Business Model Generation. Jakarta : PT. Elex Media Komputindo.
- Rukka, R.M., 2008. Analisis Perancangan dan Pengembangan Agrosistem: Buku Kerja dalam 8 Modul Pembelajaran. Bahan Ajar Matakuliah APPAS (Tidak dipublikasikan). Makassar: Fakultas Pertanian, Universitas Hasanuddin.
- Tim PPM Manajemen, 2012. Business Model Canvas : Penerapan di Indonesia. Jakarta