

## PENGENALAN DAN PELATIHAN MEDIA SOSIAL KEPADA PELAKU *HOME INDUSTRY* SEBAGAI STRATEGI PEMASARAN DI MASA PANDEMI COVID-19 DI KELURAHAN BAILANG KOTA MANADO

Sangputri Sidik<sup>1</sup>, Siti Fathimah<sup>2</sup>, Awaluddin Hasrin<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup> Program Studi Pendidikan Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Manado  
e-mail: putrisidik@unima.ac.id

### Abstrak

Pelaku *home industry* cenderung kurang *update* dalam mempromosikan hasil kerajinannya, sehingga dalam hal pemasaran hanya diseputaran lingkungannya saja. Jika dioptimalkan teknik pemasaran hasil produk kerajinan ini mampu meningkatkan omset penjualan dan meningkatkan kesejahteraan ekonomi keluarga ibu-ibu pelaku *home industry*. Terlebih lagi di masa pandemi covid 19 yang mewajibkan masyarakat untuk membatasi aktivitas diluar rumah. Dengan kebijakan pembatasan aktivitas masyarakat membuat para pelaku *home industry* semakin terpuruk dalam hal pemasaran. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan dengan metode pengenalan media sosial yang mencakup beragam media sosial yang dapat dimanfaatkan dalam mempromosikan hasil produk kerajinan *home industry* kepada ibu-ibu pelaku *home industry*, kemudian melakukan pelatihan langsung guna menunjang kemampuan mengoperasikan media sosial. Kegiatan ini berdampak positif bagi para pelaku *home industry* di Kelurahan Bailang, Kota Manado, karena selama ini mereka hanya mempromosikan hasil produknya melalui mulut ke mulut atau hanya lewat toko kelontong yang dibuat sekedarnya. Setelah mengikuti pelatihan ini terdapat peningkatan pengetahuan pada penggunaan media sosial dan peningkatan keterampilan serta menambah wawasan dalam rangka meningkatkan penjualan dan tentunya meningkatkan pendapatan bagi pelaku *home industry*.

**Kata kunci:** Media Sosial, *Home Industry*, Pandemi Covid-19

### Abstract

The home industry entrepreneur tends not to update in promoting their handicrafts, so that in terms of marketing it is only around the environment. If the marketing techniques for these handicraft products are optimized, they can increase sales turnover and improve the economic welfare of the families of home industry players. Especially during the COVID-19 pandemic, which requires people to limit activities outside the home. With the policy of limiting community activities, the home industry players are getting worse in terms of marketing. This community service activity is carried out with the introduction of social media methods the include a variety of social media that can be used in promoting home industry handicraft products to home industry, then conducting direct training to support the ability to operate social media. This activity has a positive impact on home industry players in Bailang Village, Manado City, because so far they have only promoted their products through word of mouth or only through small grocery stores. After participating in this training, there is an increase in knowledge on the use of social media and an increase in skill as well as adding insight in order to increase sales and of course increase income for home industry entrepreneur.

**Keywords:** Social Media, Home Industry, Pandemic Covid-19

### PENDAHULUAN

Di era teknologi ini, semua aspek kehidupan tidak bisa terlepas dengan yang namanya teknologi, mulai dari industri hingga Pendidikan (Salem dkk. 2021). Begitu juga dengan dunia wirausaha, tentunya dengan memanfaatkan teknologi menjadi salah satu faktor dalam meningkatkan omset penjualan, mulai dari produksi hingga ke pendistribusiannya (Widyaningrum dkk. 2020). Contohnya saja dalam pendistribusian hasil produk dengan mengenalkan teknologi informasi komunikasi, tentunya dengan memasarkannya secara *online* dapat menjangkau seluruh kalangan kelompok masyarakat, dari yang terdekat hingga ke seluruh penjuru dunia. Hal ini seolah gayung bersambut di tengah hiruk pikuknya pandemi COVID 19, yang mengakibatkan lumpuhnya perekonomian masyarakat di seluruh pelosok tanah air akibat kebijakan PSBB dan penerapan protokol kesehatan mengenai *work from home* dan *social distancing*. Hal ini sesuai dengan temuan

tim pengabdian mengenai analisis kebijakan PSBB di Pasar Tondano (Sidik, Hasrin, dan Fathimah 2020).

Teknologi menawarkan kemudahan dalam bertransaksi dan berkomunikasi, dengan memanfaatkan teknologi, terutama di masa pandemi ini tentunya menjadi solusi bagi kalangan wirausaha dalam mempromosikan produk-produk yang dikelolanya (Kondoy dan Rahman 2020). Namun, kondisi ini nampaknya belum terjamah oleh ibu-ibu pengrajin *home industry* yang tergabung dalam UMKM (mikro kecil) di Kelurahan Bailang Kota Manado. Seperti temuan penelitian yang dilakukan ketua pelaksana pengabdian ini, dimana banyaknya ditemukan ibu-ibu yang tergabung dalam UMKM (mikro kecil) yang belum mampu mengoperasikan kecanggihan teknologi dalam penunjang pemasaran hasil produk UMKMnya (Kusuma, Fitria, dan Dewi 2021). Para ibu-ibu ini menjual hasil produksinya hanya dari mulut ke mulut tanpa memanfaatkan perkembangan teknologi informasi dalam pemasarannya.

Berdasarkan uraian di atas, para pengiat *home industry* yang tergabung dalam UMKM (mikro kecil) yang produktif, namun dengan cara manajerial dan pemasaran yang terbatas mengakibatkan pemasarannya tidak mampu untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi para pelaku *home industry* (Moonti dan Rahim 2021). Diharapkan dari kegiatan ini terjadi peningkatan kesejahteraan Ibu-ibu pengiat *home industry* yang tergabung dalam UMKM (mikro kecil) dapat didukung dengan pemberdayaan mitra itu sendiri melalui pengenalan dan pelatihan media sosial untuk membantu mempromosikan hasil olahan *home industrinya* ke khayak ramai, disamping itu untuk menumbuh kembangkan *social preneur*, kewirausahaan yang memiliki tujuan sosial (pengentasan kemiskinan) dan berbasis pada kegiatan sosial, kepada mitra akan diberikan pula pelatihan motivasi kewirausahaan.

#### **METODE**

Metode kegiatan yang dilaksanakan dalam kegiatan ini adalah membangun jejaring sosial melalui pemasaran menggunakan teknologi informasi komunikasi dengan cara memberikan pelatihan dan pendampingan. Pengenalan dan pelatihan akan dilaksanakan di Kelurahan Bailang Kota Manado. Metode pelatihan yang digunakan adalah Ceramah, Prakmedia sosial dan Demonstrasi. Adapun langkah-langkah dalam kegiatan PKM ini meliputi Kegiatan Persiapan dan Pelaksanaan. Dalam kegiatan persiapan dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Mempersiapkan kelompok ibu-ibu pelaku *home industry* yang tergabung dalam UMKM.
2. Mempersiapkan materi yang hendak disampaikan mengenai kewirausahaan
3. Memberikan materi mengenai pemanfaatan media sosial untuk pemasaran, diarahkan untuk menumbuhkan pengetahuan dan pemahaman kemudahan dalam pemasaran dengan menggunakan media sosial.
4. Memberikan pendampingan kepada para mitra pelatihan, dalam rangka: a) Pemahaman dan aplikasi pengetahuan dan *skil* manajerial. b) Analisis potensi pasar dan pembuatan perencanaan usaha dan agar aplikatif. c) Merancang/ membangun dan mengelola usaha bersama dalam bentuk *social preneur*
5. Evaluasi hasil kegiatan pengenalan dan pelatihan media sosial. Pada tahap ini akan dilakukan evaluasi terhadap kegiatan yang telah berlangsung, serta mengcroscheck kekurangan untuk perbaikan di program kemitraan selanjutnya. Adapun tindak lanjut yang akan dilaksanakan setelah program ini dilaksanakan adalah, memberikan penguatan ulang dan melakukan riset terhadap dampak penggunaan media sosial ini terhadap perkembangan pendapatan dan pengetahuan klien.

#### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Sasaran pelaksanaan kegiatan ini melibatkan para pengrajin *home industri* Di Kelurahan Bailang, Kota Manado. Kegiatan ini di mulai dari pemberian materi seputar apa itu media sosial, jenis-jenisnya dan manfaat positif dan negatifnya serta peluang-peluang bisnis yang dapat diperoleh dari penggunaan media soisal. Pemaparan pengenalan awal tentang media sosial ini di harapkan dapat memicu semangat dan antusias para pengrajian *home industry* atau mitra pada pengabdian ini. setelah kegiatan pengenalan awal selesai, kegiatan ini berlanjut dengan *ice breaking* agar para audien tidak merasa jenuh dan bosan ataupun mengantuk. Adapun *ice breaking* yang dilakukan adalah berupa kegiatan tebak-tebakan seputar materi yang telah disampaikan, dan bagi yang dapat menjawab pertanyaan maka akan diberikan *doorprize* menarik dari panitia pelaksana pengabdian.



Gambar 1 : Ibu Ida dan Tim Mahasiswa

Kegiatan selanjutnya adalah demo langsung penggunaan media sosial dalam mempromosikan hasil kerajinan *home industry*, dengan memulai cara menggunakan akun sosial media seperti *facebook*, *instagram*, dan aplikasi tiktok. Pemilihan aplikasi ini dikarenakan dari hasil observasi pelaksana pengabdian salah satu media yang penyebaran informasinya cepat adalah melalui akun-akun keseharian yang sering digunakan oleh masyarakat yaitu, FB WA dan tiktok. Setiap peserta langsung membuat akunya masing-masing dan praktek bagaimana cara memposting hasil kerajinan *home industrinya* dengan menarik.



Gambar 2 : Pengenalan media sosial

Para peserta antusias dalam kegiatan sosialisasi ini, hal ini terlihat dari 10 peserta seluruh peserta mampu membuat akun media sosial dan langsung memposting hasil kerajinan *home industrinya*. Disamping praktis, media sosial juga ampuh dalam mempromosikan barang-barang, sehingga nantinya diharapkan penjualan hasil kerajinan *home industry* para mitra dapat meningkat.

Setelah dilaksanakan program pelatihan ini banyak pengrjin *home industry* yang sangat antusias mengikuti kegiatan pelatihan ini, karena mereka memang sangat membutuhkan pelatihan yang dilaksanakan secara langsung. Dari hasil pelaksanaan pelatihan ini semua peserta dapat memiliki pengetahuan dan keterampilan dlaam menggunakan akun media sosial dalam mempromosikan hasil kerajinan *home industrinya*. Berikut adalah hasil pelaksanaan kegiatan pelatihan.

Semua peserta mengikuti kegiatan pelatihan dengan penuh antusias dan mendapatkan trik dan cara penggunaan media sosial yang efektif dan efiesien dalam mempromosikan hasil kerajinan *home industry*.

1. Semua peserta mengikuti kegiatan pelatihan dengan penuh antusias karena dalam pelatihan ini, pelaksana pengabdian juga memberikan pengetahuan dan keterampilan seputar cara pengepakan yang baik agar terlihat menarik untuk bisa dipasarkan dan diposting.
2. Peserta yang lain bertanya tentang bagaimana jika postingan promosi kerajinan *home industry* kita menjadi *fyp* di akun sosial media tiktok, apakah ini bagus bagi perkembangan penjualan kerajinan *home indsutri* kami. Dan kami (pelaksana pengabdian) memberikan dukungan positif dengan menyatakan ketika sudah *fyp* berarti promosi dari kerajinan *home industrynya* menjadi populer di kalangan dunia maya, banyak yang kenal dan maka daya tariknya pun semakin banyak dan otomatis penjualanpun meningkat. Disamping mendapat omset dari hasil penjualan hasil kerajinan *home industry*, para pemilik akun tiktok yang *fyp* tentunya memiliki *reward* tersendiri yang diberikan oleh *platform* tiktok tersebut.
3. Para pengrajin *home industry* ini sangat senang karena mereka akan mencoba dan memposting hasil kerajinan *home industrinya* melalui akun media sosial yang telah diberikan.
4. Dengan demikian pelatihan ini sangat berguna bagi para pengrajin *home industry* di Bailang, Kota Manado untuk meningkatkan penjualan dan omset *home industrynya*.

### SIMPULAN

Kegiatan pengenalan dan pelatihan media sosial kepada pelaku *home industry* sebagai strategi pemasaran di tengah pandemi covid 19 dan dalam rangka mempersiapkan menuju era *new normal* di Kelurahan Bailang Kota Manado. Dapat disimpulkan bahwa kegiatan ini berdampak positif bagi para pelaku *home industry* di Kelurahan Bailang, Kota Manado, karena selama ini mereka hanya mempromosikan hasil produknya melalui mulut ke mulut atau hanya lewat toko kelontong yang dibuat sekedarnya. Setelah mengikuti pelatihan ini terdapat peningkatan pengetahuan pada penggunaan media social dan peningkatan keterampilan serta menambah wawasan dalam rangka meningkatkan penjualan dan tentunya meningkatkan pendapatan bagi pelaku *home industry*.

### SARAN

Pelaksanaan pengenalan dan pelatihan media sosial kepada pengrajin *home industry* sebagai strategi pemasaran di tengah pandemi covid dan dalam rangka mempersiapkan menuju era *new normal* ini perlu dilaksanakan serta berkelanjutan oleh Universitas Negeri Manado melalui LPPM agar masyarakat khususnya para pengrajin *home industry* dapat meningkatkan pengetahuan dan keterampilan. Dan juga hendaknya pemerintah daerah dapat membantu pemberdayaan pengrajin *home industry* di Sulawesi Utara agar dapat meningkatkan kesejahteraan ekonomi.

### UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LPPM) Univeristas Negeri Manado yang telah memberi dukungan terhadap kegiatan pengabdian ini.

### DAFTAR PUSTAKA

- Kondoy, Erric, Dan Rahmania Rahman. 2020. "Peluang Usaha Kecil Kuliner Rumahan Masyarakat Perum Kharisma Koka Ditengah Pandemi Covid 19." *JISIP (Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan)* 4(3). Doi: 10.36312/Jisip.V4i3.1164.
- Kusuma, Indra Lila, Tira Nur Fitria, Dan Maya Widyana Dewi. 2021. "Pelatihan Kewirausahaan Sebagai Peluang Bisnis Untuk Generasi Milenial Di Soloraya Selama Masa Pandemi Covid-19." *Jurnal BUDIMAS* 03(02):7.
- Moonti, Usman, Dan Erman I. Rahim. 2021. "Strategi Pengembangan Kewirausahaan Desa Botubarani Masa Pandemi Covid-19." *Jurnal Abdimas Terapan* 4.
- Salem, Veronika E. T., Siti Fathimah, Sangputri Sidik, Dan Awaluddin Hasrin. 2021. "Sosialisasi Dampak Penggunaan Gadget Anak Usia Dini Pada Ibu-Ibu Di Jemaat Nafiri Malalayang 1 ( Tinjauan Sosiologi Keluarga)." *Jurnal Ilmiah Mandala Education* 7(3). Doi: 10.36312/Jime.V7i3.2305.
- Sidik, Sangputri, Awaluddin Hasrin, Dan Siti Fathimah. 2020. "Analisis Dampak Kebijakan Pembatasan Waktu Operasional Pasar Di Kabupaten Minahasa Akibat Penanggulangan Covid-19." *JISIP (Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan)* 4(3). Doi: 10.36312/Jisip.V4i3.1160.
- Widyaningrum, Meiyanti, Desi Suryati, Musniasih Yuniati, Dan Dra Rohmiati Amini. 2020. "Inovasi Kewirausahaan Di Masa Pandemi Covid 19." *Alamtana* 1(03):9.