

PENINGKATAN POTENSI KEWIRAUSAHAAN PRODUK LOKAL MELALUI PEMASARAN DIGITAL

Dwi Fitri Wiyono*, Ayu Rahmatillah, Najma Laily Izzati, Lufian Nirawati, Dini Muazaroh, Roudhotul Fauziya, Gilang Al Baihaqi, Mohammad Fuad Barakwan

Fakultas Agama Islam, Universitas Islam Malang

*korespondensi email: dwi.fitri@unisma.ac.id

ABSTRAK

Desa Andonosari merupakan salah satu dusun yang terdapat di Kecamatan Tutur. Masyarakat Desa Andonosari memiliki mata pencaharian yang hampir merata di sektor wirausaha, pertanian, perkebunan, dan perternakan. Adapun sebagian produk-produk yang dihasilkan meliputi makanan ringan dan minuman, yakni Sari buah apel, kripik apel susu dan sayur-sayuran. Permasalahan yang dialami oleh masyarakat yang berwirausaha berupa kurangnya pengetahuan dan pemahaman serta akses untuk mempromosikan produk-produk tersebut menggunakan media sosial sehingga mengakibatkan penjualan yang dilakukan kurang maksimal dan penghasilan masyarakat tidak berkembang. Untuk mengatasi hal tersebut pemerintah setempat dapat meningkatkan potensi wirausaha masyarakat Desa Andonosari melalui kebijakan mikro dan budaya, penyediaan fasilitas, memberikan pendidikan dan pengetahuan kepada masyarakat. Pemerintah juga perlu memberikan perhatian kepada para wirausahawan agar dapat menggunakan media sosial sebagai media pemasaran sehingga dapat mengekspansi pasar lebih luas yang pada akhirnya akan membantu perekonomian masyarakat Desa Andonosari.

Kata Kunci: *desa andonosari; media sosial; pemasaran digital; wirausaha*

PENDAHULUAN

Desa Andonosari adalah desa yang terletak di wilayah Kecamatan Tutur, Kabupaten Pasuruan, Jawa Timur. Mata pencaharian masyarakat Desa Andonosari hampir merata dalam sektor pertanian, perdagangan, perternakan dan perkebunan. Dalam hal perdagangan masyarakat Desa Andonosari menjual seperti minuman sari apel, sayur-sayuran, dll. Usaha minuman sari apel dimulai sejak tahun 2016, produksi tersebut berjalan berdasarkan pemesanan seperti halnya via SMS, situs web dan instagram yang dikelola oleh mahasiswa KKN untuk mempromosikan dagangan, sayangnya hal tersebut hanya berhenti di mahasiswa saja. Penjualan yang dilakukan melalui web ataupun instagram tentu saja dapat lebih banyak memberikan keuntungan bagi para pelaku usaha karena masyarakat yang berasal dari luar ataupun masyarakat yang belum mengetahui usaha tersebut akan mendapatkan informasi karena bisa diakses oleh siapapun dan dimanapun. Hal ini merupakan salah satu kendala yang dialami oleh masyarakat Desa Andonosari dalam hal pemasaran dagangannya.

Pemasaran yang dilakukan melalui digital merupakan suatu usaha yang dilakukan untuk mempromosikan barang atau jasa melalui media digital yang dapat menjangkau masyarakat luas. Sosial media yang didukung dengan perkembangan IPTEK saat ini

sangat berpotensi untuk mendukung keberhasilan suatu usaha dengan cara yang cepat, dan juga mudah. Kreativitas juga sangat diperlukan dalam hal ini agar para konsumen juga tertarik untuk membeli produk yang ditawarkan. Namun yang menjadi kendalanya adalah tidak semua masyarakat daerah dapat menggunakan media sosial sebagai wadah untuk mempromosikan barang atau jasa tersebut, sehingga perlunya pemahaman yang diberikan kepada masyarakat agar dapat menggunakan media sosial sesuai dengan fungsinya dan juga dapat membantu masyarakat daerah dalam bidang perekonomiannya.

METODE

Penelitian berbasis Pengabdian Masyarakat ini dilaksanakan pada 8 Februari 2022 – 12 Maret 2022 yang berlokasi di 4 dusun yaitu, dusun krajan 1, dusun krajan 2, dusun krajan 3 dan dusun Sawah Talun, Desa Andonosari, Kecamatan Tukur, Kabupaten Pasuruan. Pengabdian ini dilakukan oleh mahasiswa Kandidat Sarjana Mengabdi (KSM) Tematik Universitas Islam Malang. Metode yang dilakukan menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Yang mana peneliti menyampaikan segala sesuatu yang berkaitan dengan apa yang dilihat dalam penelitian, mengumpulkan, menyimpulkan dan melaporkan narasi penelitian yang didapatkan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Seorang wirausahawan harus mampu menciptakan ide-ide yang menarik agar barang yang dipasarkan berbeda dengan yang lainnya, sehingga dapat menarik perhatian para konsumen. Jiwa wirausaha adalah bagaimana memunculkan suatu ide untuk menghasilkan produk yang memiliki nilai jual yang tinggi. Wirausaha dapat juga mengembangkan kreativitas yang unik sehingga hal tersebut juga dapat menguntungkan baginya. Sebagai contoh, wirausaha tersebut mengembangkan produk yang menjadi ciri khas suatu daerah baik dari segi makanan khas, kerajinan tangan, dll. Untuk mendukung hal tersebut, diperlukan adanya faktor pendukung seperti ketersediaan sarana, dana, prasarana, SDM, dan pelatihan yang memadai oleh sebab itu peran pemerintah sangat diperlukan dalam hal ini.

Pemerintah daerah dapat mendorong bertumbuhnya entrepreneursi melalui kebijakan mikro dan juga budaya. Seperti halnya kebijakan mikro dilakukan melalui cara memberikan bantuan kepada usaha perorangan, contohnya jika terdapat seorang pengusaha yang mengalami kekurangan modal dalam wirausahanya pemerintah dapat memberikan kredit yang telah disubsidi, dengan harapan agar pengusaha tersebut memiliki margin yang cukup besar untuk pengembangan usaha lebih lanjut. Terlepas dari kebijakan di atas, terdapat 3 (tiga) hal yang perlu diperhatikan oleh pemerintah, yaitu:

- Pemerintah harus menjamin agar sistem pasar dapat bekerja dengan baik
- Meningkatkan rasa kehormatan dan percaya diri terhadap para wirausaha
- Penataan kelembagaan yang memungkinkan adanya perpaduan ataupun kolaborasi antara para entrepreneur

Selain itu juga, pemerintah dapat mendorong para pelaku wirausaha dengan cara memberikan atau menyediakan seperti fasilitas, pendidikan, peralatan, pelatihan dll. Pendidikan dalam bidang kewirausahaan seperti pemerintah melakukan kerja sama ataupun kolaborasi dengan Universitas yang mempunyai pusat pengembangan usaha kecil dan juga menengah, yang ditekankan adalah bagaimana cara memulai usaha, bagaimana cara mengembangkan usaha tersebut dan juga bagaimana membangun rencana usaha. Hal ini tentu saja dapat menambah pengetahuan oleh para pelaku usaha, dan tentu saja para

wirausaha tersebut akan semakin terlatih lagi untuk mengembangkan usaha yang dimilikinya.

Keberadaan media sosial dewasa ini semakin merambah kehidupan manusia. Di dalam perkembangannya saat ini media sosial sangat banyak kegunaannya seperti halnya untuk beragam kepentingan memulai menjamin pertemanan, kampanye program tertentu, sampai promosi dan pemasaran produk atau jasa tertentu. Pelaku bisnis menggunakan internet untuk menaikkan profit serta memperlebar sayap bisnis yang sedang digelutinya. Hal ini tentunya beralasan karena semakin lama semakin banyak yang sudah menggunakan media sosial. Periklanan dalam media digital juga menjadi tren, para pemilik usaha menjadikan media digital sebagai media promosi untuk usahanya. Media sosial mengatur bagaimana konsumen berinteraksi dan bagaimana perusahaan tersebut memasarkan produk mereka. Manfaat penggunaan media sosial sebagai media promosi adalah:

- Meningkatkan penjualan produk
- Melakukan interaksi dengan konsumen
- Memperluas jaringan pasar

Media daring yang dapat digunakan sebagai promosi yaitu seperti facebook, twitter, instagram, situs web, marketplace, youtube, dll. Sebagian masyarakat Desa Andonosari saat ini menjalankan usahanya seperti menjual sari buah apel, kripik apel, susu dll. Usaha tersebut ditekuni sebagai mata pencaharian mereka. Seperti halnya usaha Sari buah apel yang sudah ada sejak tahun 2006, produksi tersebut dibuat berdasarkan atas pesanan, pesanan tersebut biasanya dari luar Jawa dan dipesan melalui via SMS. Bukan hanya Sari buah apel, ada juga masyarakat yang menjalankan usahanya dengan berjualan Kripik apel, produksi Kripik apel tersebut dilakukan setiap hari. Keunggulan dari Kripik apel tersebut yaitu terletak pada sisi harga dan juga rasa, namun yang menjadi kendalanya adalah teknik pemasaran yang digunakan oleh sebagian pelaku usaha masyarakat Desa Andonosari dapat dikatakan masih menggunakan cara yang tradisional. Energi, waktu, dan jarak tempuh menjadi sumber daya utama pemasaran tradisional.

Kurangnya sosialisasi kepada masyarakat tentang penggunaan media sosial sebagai media untuk mempromosikan jualan mereka menyebabkan sebagian masyarakat masih menggunakan cara yang lama. Penjualan yang dilakukan melalui situs web ataupun instagram tentu saja dapat lebih banyak memberikan keuntungan bagi para pelaku usaha karena masyarakat yang berasal dari luar ataupun masyarakat yang belum mengetahui usaha tersebut akan mendapatkan informasi karena bisa diakses oleh siapapun dan dimanapun. Para pelaku usaha juga dapat membuat kerja sama dengan gojek untuk menjual produk yang ditawarkan karena selain dapat memperoleh keuntungan yang cepat, gojek juga memudahkan pelanggannya karena sangat praktis. Hal seperti ini perlu diedukasikan kepada masyarakat untuk meningkatkan potensi kewirausahaan yang dimiliki oleh masyarakat Desa Andonosari. Sehingga dapat tercipta masyarakat swadaya yang kreatif, inovatif, dan maju.

KESIMPULAN

Potensi kewirausahaan Desa Andonosari dapat tergambar dari kualitas produk-produk olahan yang dihasilkan dengan harga yang lebih murah. Sayangnya, masyarakat Desa Andonosari masih menggunakan cara-cara lama dalam berjualan yang memakan sumber daya banyak namun hasil penjualannya kurang maksimal, sehingga usaha-usaha kecil milik masyarakat Desa Andonosari kurang bisa berkembang. Oleh karena itu pemasaran digital atau digital marketing merupakan salah satu cara untuk meningkatkan potensi kewirausahaan tersebut. Dengan menggunakan pemasaran digital, sumber daya yang harus diperlukan akan lebih sedikit namun hasilnya akan lebih maksimal. Sehingga akan dapat

memberikan keuntungan bagi masyarakat serta dapat mendorong berkembangnya usaha-usaha yang dimiliki oleh masyarakat Desa Andonosari. Adapun untuk media daring yang dapat digunakan sebagai perantara pemasaran antara lain, facebook, instagram, dan lainnya. Website e-commerce seperti tokopedia, bukalapak, dan sebagainya juga dapat digunakan sebagai media atau lapak untuk mengekspansi pasar menjadi lebih luas. Kerja sama dengan pihak ojek online juga dapat dimanfaatkan sebagai sarana pemasaran sekaligus untuk menjadi sarana kreativitas maupun inovasi-inovasi masyarakat untuk produk-produk olahannya.

Disisi lain, Pemerintah daerah juga perlu mendorong bertumbuhnya entrepreneurship melalui kebijakan mikro dan juga budaya. Seperti halnya kebijakan mikro dilakukan melalui cara memberikan bantuan kepada usaha perorangan. Pemerintah juga dapat mendorong para pelaku wirausaha dengan cara memberikan atau menyediakan seperti fasilitas, pendidikan, peralatan, pelatihan dll. Pendidikan dalam bidang kewirausahaan seperti pemerintah melakukan kerja sama ataupun kolaborasi dengan Universitas yang mempunyai pusat pengembangan usaha kecil dan juga menengah, yang ditekankan adalah bagaimana cara memulai usaha, bagaimana cara mengembangkan usaha tersebut dan juga cara pelaku bisnis menggunakan internet untuk menaikkan profit serta memperlebar sayap bisnis yang sedang digelutinya. Pemerintah dituntut lebih memberikan perhatian khusus agar masyarakat dapat mengembangkan potensi kewirausahaan yang dimiliki masyarakat dan juga masyarakat dapat menggunakan media sosial sebagai bentuk pemasaran melalui media digital agar dapat membantu perekonomian masyarakat Desa Andonosari.

DAFTAR PUSTAKA

- Suryana . (2003). *Kewirausahaan: Pedoman Praktis, Kiat dan Proses Menuju Sukses*, Jakarta:Salemba Empat.
- El Hasanah, Lak Lak N . (2015). Pengembangan Wirausaha Muda Ekonomi Kreatif Berbasis Budaya di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Studi Pemuda* . 4(2).268-280.
- Harfandi. (2014). Menggali Potensi Jiwa Kewirausahaan Mahasiswa PTAIN di Sumatera Barat . *Jurnal Al -'Adl* 7(2). 125-144.
- Imsar. (2018). Analisis Strategi Pengembangan Usaha Ucok Durian Medan. *Tansiq*. 1(2). 45-66.
- Rachmawati, Fitri. (2018). *Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Produk Usaha Kecil Dan Menengah (Ukm) Pahlawan Ekonomi Surabaya* .Skripsi, Fakultas Dakwah dan Komunikasi. Surabaya: Universitas Islam Negeri Sunan Ampel.
- Rumijati, Aniek. (2010). Pengaruh Bakat Potensi Kewirausahaan dan Metode Pembelajaran Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa . *Ekonomika -Bisnis*. 1(2). 187-200.
- Suryani, Ita. (2014). Pemanfaatan Media Sosial sebagai Media Pemasaran Produk dan Potensi Indonesia dalam Upaya Mendukung ASEAN Community 2015 (Studi Social MediaMarketing PadaTwitter Kemenparekraf RI dan Facebook Disparbud Provinsi Jawa Barat) . *Jurnal Komunikasi* . 8(2).123-138.
- Wardhana, Aditya. (2015). Strategi Digital Marketing Dan Implikasinya Pada Keunggulan Bersaing UKM Di Indonesia. 327 -337. 17 April 2015: Seminar Forum Keuangan dan Bisnis IV.
- Wiyono, D. (2017). Pemikiran Pendidikan Islam: Konseptualisasi Pendidikan Karakter Dalam Perspektif Intelektual Islam Klasik. *Nidhomul Haq : Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 2(3), 164-179. <https://doi.org/10.31538/ndh.v2i3.180>