

PEMBERDAYAAN POTENSI PRODUKSI DAN PEMASARAN MELALUI MEDIA SOSIAL PADA USAHA MIKRO KUE TRADISIONAL “ LARIS “ DI MENUR PUMPUNGAN KOTA SURABAYA

Kunto Inggit Gunawan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis,
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya,
kunto@untag-sby.ac.id;

Mataji

Fakultas Ekonomi dan Bisnis,
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya,
matadji@untag-sby.ac.id;

ABSTRAK

Sejak diberlakukannya Masyarakat Ekonomi Asean (MEA) pada akhir tahun 2015 seharusnya mendorong keseluruhan pelaku ekonomi tidak terkecuali UKM dan Usaha Mikro untuk berbenah diri dalam rangka meningkatkan kualitas produksi baik barang maupun jasa. Bila tidak dilakukan, maka Indonesia merupakan pasar “empuk” bagi negara Asean lainnya karena Indonesia memiliki penduduk terbesar (*population size*) di Asean, yakni tidak kurang 270-an juta jiwa penduduk. UKM dan Usaha Mikro yang merupakan pengejewantahan demokrasi ekonomi rakyat, menjadi sangat terpukul bila arus barang dan jasa begitu deras dari berbagai Negara Asean menyerbu pasar Indonesia. Menyadari yang demikian melakukan penguatan (*empowering*) terhadap UKM dan Usaha Mikro adalah sebuah keharusan dan keniscayaan untuk bisa menemukan jati diri bangsa yang memiliki *comparative advantage* dan *competitive advantage*. Kegiatan ini diawali dengan mengidentifikasi permasalahan yang ada dan selanjutnya dicarikan metode pemecahannya, metode yang digunakan adalah dengan memberikan pelatihan dan pendampingan. Hasil yang telah dicapai adalah adanya kemampuan usaha Kue Tradisional yang mengoptimalkan penjualannya dengan menggunakan bahan baku lokal. Dengan demikian Usaha Mikro Kue Tradisional “laris” dapat meningkatkan kemampuannya dibidang produksi dan manajemen usaha dan pemasaran online melalui media sosial. Adanya luaran tersebut sebagai indikasi peningkatan pemberdayaan usaha.

Kata kunci: *Pengembangan kualitas.*

A. PENDAHULUAN.

Sejak diberlakukannya Masyarakat Ekonomi Asean (MEA) pada akhir tahun 2015 seharusnya mendorong keseluruhan pelaku ekonomi tidak terkecuali UKM dan Usaha Mikro untuk berbenah diri dalam rangka meningkatkan kualitas produksi baik barang maupun jasa. Bila tidak dilakukan, maka Indonesia merupakan pasar “empuk” bagi negara Asean lainnya karena Indonesia memiliki penduduk terbesar (*population size*) di Asean, yakni kurang lebih telah mencapai

270 juta jiwa penduduk.

UKM dan Usaha Mikro yang merupakan pengejawantahan demokrasi ekonomi rakyat, menjadi sangat terpukul bila arus barang dan jasa begitu deras dari berbagai Negara Asean menyerbu pasar Indonesia. Menyadari yang demikian melakukan penguatan (*empowering*) terhadap UKM dan Usaha Mikro adalah sebuah keharusan dan keniscayaan untuk bisa menemukan jati diri bangsa yang memiliki *comparative advantage* dan *competitive advantage*.

IbM merupakan salah satu media dalam rangka penguatan UKM dan Usaha Mikro. Untuk itu dalam usulan program IbM (Iptek bagi masyarakat) Kelompok Usaha Kue di Kampung Kue Tradisional di Menur pumpungan Surabaya, kami memilih: usaha kue Tradisional. Dimana bergerak dibidang produksi Kue khas Surabaya, yang selama ini lebih khas dikenal sebagai kue tradisional Surabaya.

Analisis Situasi Usaha Mikro Kue Tradisional Menur Pumpungan.

Pemilik Usaha Mikro Kue Tradisional Menur Pumpungan dengan nama “Laris” adalah Ibu Towila yang terletak di RT 03 Surabaya. Usaha ini didirikan sejak tahun 2010 dan bergerak pada bidang usaha pembuatan kue. Jenis kue yang dihasilkan meliputi:

1. Kue Lemper.
2. Kue Donat.
3. Kue Otok-otok.
4. Kue Bakpao.
5. Kue Lapis.
6. Kue Nagasari.
7. Kue Pastel.
8. Kue Onde-onde.

Usaha Mikro Menur Pumpungan yang menghasilkan produk kue memiliki nama “Laris”, adalah beralamatkan di Menur pumpungan RT 03 Surabaya, dimana usaha ini belum memilki ijin usaha.

Hasil produksi kue kering dan kue basah selama ini dipasarkan di Surabaya saja, dimana dipasarkan: Di Pasar Menur V Surabaya, Pasar Menur III Surabaya, Pasar manyar Surabaya, dan Pasar Klampis Semalang Surabaya.

Permintaan terhadap hasil produksi kue Usaha Mikro Menur Pumpungan dari tahun ketahunsemakin besar, namun karena keterbatasan alat produksi seperti *mixer* dan alat pengembang yang tidak memadai, sehingga Usaha Mikro ini kesulitan memperbanyak jumlah produksinya.

Selanjutnya berdasarkan hasil wawancara pengusul dengan mitra (Usaha Mikro Menur pumpungan) mengatakan bahwa produk kue basah Usaha Mikro ini bisa dikembangkan dan dipasarkan di wilayah Kecamatan Sukolilo dan sekitarnya.

Untuk merintis ke arah sana disamping diperlukan penambahan mesin produksi, juga diperlukan penambahan ketrampilan pembuatan kue. Karena selama ini macam dan jenis kue yang dihasilkan jumlahnya terbatas.

Ibu Towila pemilik Usaha Mikro ini optimis jika peningkatan kualitas dan aneka macam jenis kue ditingkatkan, apalagi ada peningkatan perbaikan kemasan (selama ini masih menggunakan plastik) yakni kemasannya dalam bentuk box dari kertas maka nilai jualnya cukup tinggi dan bisa dipasarkan di Toko Swalayan

ternama misalnya Indomart, Alfamart dan lain-lain. Selain itu, Ibu Towila memiliki keyakinan yang kuat bahwa seiring dengan kemajuan IT, pemasaran kue yang dimilikinya bisa dipasarkan secara *online* mengingat hampir semua produk dewasa ini bisa dipasarkan secara *online*, tetapi untuk ketrampilan ini Ibu Towila tidak memilikinya.

Dari sisi manajemen, Usaha Mikro “Laris” merupakan usaha keluarga. Oleh karenanya Usaha ini menggunakan prinsip-prinsip manajemen yang belum baik. Misalnya belum ada pembukuan tentang keuangan usaha, masih belum memisahkan antara keuangan usaha dan keuangan pribadi. Ibu Towila pemilik Usaha Mikro ini mengharapkan bahwa usahanya memiliki pembukuan yang jelas dan terperinci tentang keuangan usaha mulai dari pengadaan bahan baku, biaya proses produksi (tenaga kerja, listrik, gas dan lain-lain) dan biaya pemasaran (ongkos pengiriman barang). Selain itu pemilik Usaha Mikro ini mengharapkan untuk dapat membuat laporan keuangan usaha, karena suatu usaha yang memiliki laporan keuangan usaha lebih diprioritaskan mendapatkan bantuan dari perusahaan yang memberikan bantuan CSR (*Corporate Social Responsibility*), disamping itu seringkali sebagai syarat untuk mendapatkan kredit dari lembaga pemberi pinjaman.

Persoalan Urgen Mitra

Mengacu pada analisis situasi diatas serta berdasarkan kesepakatan diskusi antara mitra dengan pengusul sebagai berikut:

1. Perlu peningkatan kualitas produk dalam bentuk aneka macam produk, sehingga pilihan pembeli akan semakin banyak dan bila variannya semakin banyak maka semakin menarik bagi pembeli.
2. Belum mampu memaksimalkan adanya potensi produksi dari bergai jenis kue tradisional yang ada Indonesia khususnya di Jawa Timur sehingga seringkali terlewatkan berbagai pesanan yang timbul dari konsumen.
3. Belum bisa memasarkan dengan menggunakan media sosial.

Tujuan Pengabdian

Tujuan Pengabdian ini adalah untuk mengembangkan kualitas usaha mikro kue tradisional “Laris” di menur Pumpungan Surabaya.

Manfaat Pengabdian

Adapun sebagai penerima manfaat dalam kegiatan ini adalah usaha mikro kue tradisional “Laris” di menur Pumpungan Surabaya sebagai kelompok sasaran dan Untag Surabaya sebagai pengejawantahan link match dunia pendidikan dan dunia usaha.

B. TARGET LUARAN.

Target Luaran Produk Kue Yang Diminati Konsumen dan pengembangan pemasaran melalui media sosial.

Adapun target luaran Usaha Mikro adalah aspek peningkatan pemasaran produk kue tradisional dengan mengutamakan pada pembuatan kemasan yang menarik, pemilihan bahan baku yang tepat dalam pembuatan kue, dan menambah varian produk yang dapat memenuhi permintaan pasarnya. Kue tradisional merupakan makanan ringan sehari-hari yang paling disukai oleh masyarakat baik masyarakat golongan atas, menengah maupun bawah dan tidak juga tergantung

kelompok usia tertentu.

Masyarakat Indonesia pada umumnya sangat menyukai jajanan tradisional dibandingkan dengan kue modern seperti : cake (kue kering), kabin, dll. Keberadaan kue tradisional sangat membantu masyarakat dalam memenuhi asupan gisi dari makanan selain nasi terutama kue yang bersih dan sehat serta berharga murah karena sesuai dengan kondisi perekonomian Indonesia sebagai besar ada dikelas ekonomi bawah. Oleh karena itu jajanan kue tradisional mempunyai pasar pasar yang sangat bagus untuk berkembang terutama di desa-desa di seluruh Indonesia.

Tabel: Kondisi Eksisting dan Target/Harapan

Kondisi eksisting/Aktual	Target/Harapan
1. Belum memahami cara memproduksi produk yang menarik untuk dipasarkan sesuai dengan selera konsumen.	1. Diharapkan setelah pelatihan dan pendampingan bisa memahami cara memproduksi produk yang menarik untuk dipasarkan sesuai dengan selera konsumen.
2. Belum memahami cara memasarkan produk menggunakan media sosial (Facebook, Instagram dan Twitter)	2. Diharapkan setelah pelatihan dan pendampingan bisa memahami cara memasarkan produk dengan menggunakan media sosial (Facebook, Instagram dan Twitter)

C. METODE PELAKSANAAN

Solusi yang ditawarkan untuk mengatasi permasalahan prioritas mitra secara spesifik, kongkrit yang disepakati bersama antara pengusul dan mitra adalah sebagai berikut.

Metode Pelaksanaan untuk Usaha Mikro Kue Tradisional “ Laris “

Untuk meningkatkan proses produksi yang ramah lingkungan, dilakukan kegiatan yang meliputi:

1. Ceramah
2. Diskusi
3. Simulasi
4. Peragaan video
5. Pendampingan

Jenis Kepakaran dan Dukungan Tenaga Kompeten.

Untuk meningkatkan kapasitas pengolahan produksi dan dampak proses produksi yang ramah lingkungan, sebagai instruktur, pembina/pemotivasi dan pendamping adalah:

1. Drs. Ec. Kunto Inggit Gunawan, MM
2. Drs. Ec. Mataji, MM

D. PEMBAHASAN PENGEMBANGAN USAHA

Pemberdayaan Potensi Produksi.

Pengembangan Kemasan.

Secara umum, kemasan dipahami sebagai wadah atau pembungkus yang berguna untuk mencegah atau meminimalisir terjadinya kerusakan pada barang yang di kemas. Bagi banyak kue/jajanan tradisional kemasan menjadi masalah tersendiri di era modern. Terdapat anggapan bahwa kue tradisional ini kurang keren karena mudah ditemui dipasar tradisional, dikemas seadanya tanpa kemasannya yang baik. Kemasannya terkesan murahan dan di identikkan kumuh, tidak higienis, tidak praktis. Konotasi barang murahan ini membuat kue tradisional memiliki market yang tidak dapat menjangkau pasar yang lebih luas atau menjadi produk khas suatu daerah. Memang dipasar sudah mulai ditemukan berbagai makanan kue tradisional yang umumnya muncul dengan merek yang kuat, namun dibanyak daerah masih dalam bentuk kemasan yang tidak berbeda sejak puluhan tahun yang lalu. Untuk akses pemasaran yang lebih luas, ini menjadi sebuah masalah. Dan kondisi yang serupa juga terjadi jawa timur khususnya kue tradisional “ Laris “ yang menjadi lokasi pengabdian ini. Potensi ekonomi yang dimiliki oleh usaha kue tradisional ini masih terbilang kecil dan pengemasan kue tradisional tersebut masih sangat sederhana, nilai tambah yang seharusnya bisa dihadirkan ketika kue dikemas lebih baik menjadi hilang.

Dalam banyak kasus, nilai tambah sebuah produk menjadi berlipat ganda dengan hanya menambahkan kemasan yang menarik. Tidak jarang yang membedakan laris tidaknya sebuah produk adalah cara pengemasan produk yang dihasilkan. Dengan pengemasan yang lebih baik produk tersebut dapat menjangkau daerah pemasaran yang lebih luas, tidak hanya didaerah sekitar produksi namun didaerah lain sebagai oleh-oleh.

Pemberian nilai tambah suatu produk terkadang sangat kecil, namun inovasi yang kecilpun bila dilakukan dengan baik akan memberikan nilai tambah yang signifikan bagi produk yang dihasilkan. Salah satu pengembangan nilai yang mungkin kecil dan tidak mengubah secara signifikan produk adalah pemberian kemasan yang baik dan menarik. Pemberian kemasan seperti ini akan memberikan kesan pada produk yang dihasilkan bahwa produsen telah bersungguh-sungguh mengolah produk tersebut dengan baik dan penuh perhatian. Dengan begitu produk akan lebih siap untuk dipasarkan dan dijadikan sebagai buah tangan. Dengan melihat kemasan yang menarik pembeli juga memungkinkan akan membelanjakan uangnya lebih banyak karena keingim tahuannya pada produk lainnya.

Salah satu yang mungkin juga menjadi nilai tambah bagi kemasan yang lebih baik adalah terbangunnya loyalitas pembeli atas kemasan yang menarik. Jika konsumen sudah menyukai produk yang dihasilkan maka kemungkinan untuk berpindah kemerek yang lain menjadi lebih kecil. Tidak jarang seorang konsumen rela membayar mahal demi sebuah ekspektasi sebuah produk. Secara jangka panjang ini sangat berguna bagi kelanjutan usaha itu sendiri.

Bagi produk kue atau makanan ringan yang dibuat oleh pabrik, kemasan yang baik dan unik bukanlah masalah besar. Kemampuan desain tenaga terampilnya dan kapasitas untuk membuat kemasan tersedia setiap saat. Hal yang

berbeda ketika sampai pada produk tradisional, yang salah satunya adalah kue tradisional. Tidak jarang dijumpai kue-kue ini, yang mungkin dari segi rasa jauh lebih enak jika dibandingkan yang dibuat pabrik, Sementara jika kita melihat jauh kedepan, kue tradisional merupakan bagian dari keragaman Indonesia yang lahir dari berbagai geografis ruang hidup masyarakat, budaya, adat istiadat, dan tradisi yang berbeda satu dengan yang lain. Didalam makanan tradisional tersebut tersirat sejarah yang panjang sebuah masyarakat dengan berbagai citra budaya lain dan nilai konstruksi masyarakat setempat.

Tabel: Kemasan Kue/Makanan Tradisional.

Bahan Kemasan	Bentuk Kemasan
1. Daun Pisang	1. Pincuk' 2. Takir 3. Lipat. 4. Selontongan.
2. Daun kelapa/janur	1. Ketupat. 2....Terompet.
3. Plastik	1. Kantong / kretekan. 2. Kotak Mika.
4. Kertas/kardus	1. Kotak. 2. Bulat. 3. Kerucut.

Tabel di atas menunjukkan berbagai kemasan untuk kue/jajanan tradisional yang ada disekitar kita terutama pada daerah sentra jajanan tradisional yang ada di seluruh Indonesia khususnya pulau Jawa. Kue tradisional “ Laris “ yang ada di Menur Pumpungan dapat memanfaatkan jenis bahan baku yang ada guna menambah nilai ekonomi produknya lewat pengembangan kemasannya.

Makanan tradisional jika dikemas dengan baik akan memberikan prospek ekonomi yang baik pula. Tidak hanya prospek ekonomi tetapi juga membawa nilai tambah/nilai jual yang baik pula serta membawa keawetan produk yang di kemasnya.

Pemilihan Bahan Baku.

Bahan baku merupakan bahan pokok untuk membuat produk, dimana keberadaannya sangat menentukan kualitas produk yang dibuatnya. Untuk membuat sebuah produk, dalam pemilihan bahan bakunya diperlukan suatu tindakan yang tepat dalam menentukan hasil yang maksimal melalui beberapa kriteria penilaian antara lain :warna, bau, kelembaban dan penampilan serta tidak kalah pentingnya adalah masa penggunaan / kedaluarsanya.

Dalam peningkatan hasil produksi yang bermutu tinggi tentunya tidak akan terlepas pemilihan bahan baku yang baik. Bahan baku yang baik adalah bahan baku yang dapat memberikan nilai rasa yang enak, penampilan yang menarik, produk yang tahan lama sehingga dapat memberikan nilai ekonomi sesuai dengan yang diharapkan.

Tabel: Jenis Bahan Baku Kue/Jajanan Tradisional.

Jenis Bahan Baku	Harga
1. Tepung Terigu Cakra Kembar 1 kg	Rp 13.000,-
2. Tepung Beras Rose Brand 1 kg	Rp 12.000,-
3. Tepung Ketan Rose Brand 1 kg	Rp 20.000,-
4. Tepung Tapioka Cap Pak Tani 1 kg	Rp 15.000,-
5. Tepung Maizena Bola Deli 1 kg	Rp 22.000,-
6. Tepung Garut Lingkar Organik 1kg	Rp 60.000,-
7. Tepung Hunkue Kura-Kura Mahkota 120 gram	Rp 2.500,-
8. Tepung Panir Mama Suka 1 kg	Rp 50.000,-

Tabel di atas menunjukkan jenis dari bahan baku kue tradisional yang ada di pasaran dengan harga yang beraneka ragam sesuai kondisi pasaran saat ini. Kue Tradisional “Laris” Menur Pumpungan dapat memilih beberapa bahan baku tepung sesuai dengan yang dibutuhkan dalam membuat kue tradisional.

Tabel: Bahan Pembantu/Penolong Kue tradisional.

Bahan Pembantu/Penolong	Harga
1. Gula Pasir Gulaku 1 kg	Rp 14.500,-
2. Gula Merah 1 kg	Rp 12.000,-
3. Gula Aren 1kg	Rp 30.000,-
4. Garam Dapur Dolpin 1 kg	Rp 10.000,-
5. Telur Ayam	Rp 26.000,-
6. Susu Cair Kaleng Cap Bendera 1 Kaleng	Rp 15.000,-
7. Coklat Cair Kaleng Cap Bendera	Rp 13.000,-
8. Mesis Ceres 1 kg	Rp 60.000,-
9. Mentega los 1 kg	Rp 20.000,-
10. Keju Craff Perbungkus	Rp 20.000,-
11. Soda Kue / Baking Soda 1 Ons	Rp 38.000,-
12. Pewarna Makanan Kupu-kupu perbotol	Rp 5.000,-

Tabel di atas menunjukkan beberapa bahan pembantu yang digunakan oleh Kue Tradisional “Laris” dalam memproduksi kue tradisional. Bahan pembantu merupakan bahan pembuat kue yang tidak kalah pentingnya jika dibandingkan

dengan bahan baku utama karena tanpa bahan pembantu tersebut, maka hasil produk kue tradisional tidak dapat menghasilkan suatu produk kue sesuai dengan yang diharapkan yaitu : rasa enak, penampilan menarik, Bau harum dan tahan lama.

Pengembangan Varian Kue Tradisional.

Pengembangan varian kue tradisional merupakan suatu kegiatan yang harus dilakukan oleh setiap pengusaha kue baik yang tradisional maupun yang modern. Pengembang varian yang efektif adalah pengembangan varian yang didasarkan pada permintaan konsumen yang meliputi : bentuk kue, warna, penampilan, dan rasa. Varian kue yang banyak akan memberikan manfaat bagi pengusaha karena akan meningkatkan penjualan hal ini terjadi karena konsumen akan mendapatkan banyak pilihan sesuai dengan selera yang diinginkannya. Usaha mikro kue tradisional “ Laris” saat ini telah mengembangkan varian produknya yang tadinya hanya berjumlah 8 varian setelah pengembangan usaha yang dilakukan oleh tim pengabdian berkembang menjadi 12 varian. Berikut adalah beberapa varian kue tradisional beserta resepnya yang disarankan oleh tim pengabdian : Lumpia ayam wortel, Serabi solo, Wajik gula aren, Putu ayu, Kue cucur, Bikang, Kue getas ketan, Kue lumpur, Sosis solo ayam suwir,

Manfaat yang dirasakan oleh Usaha Mikro Kue Tradisional “ Laris “

1. Mengembangkan Kemasan.
 - Produk kue akan berpenampilan lebih menarik.
 - Dapat membantu mempromosikan produk kue kekonsumen.
 - Memudahkan untuk dibawa dan disimpan sebagai oleh-oleh.
 - Produk kue akan lebih awet/tidak lekas basi.
2. Mengembangkan Bahan Baku.
 - Meningkatkan kualitas produk kue yang dibuat.
 - Dapat menghemat penggunaan bahan baku.
 - Menambah varian produk dengan penggunaan bahan baku yang berbeda.
 - Pengadaan bahan baku lebih mudah karena berorientasi pada penggunaan bahan baku yang mudah dan banyak tersedia dipasaran.
 - Menghemat biaya pengadaan bahan baku.
3. Mengembangkan Varian produk kue.
 - Produk kue lebih diminati konsumen karena banyak pilihannya.
 - Pangsa pasar akan meluas.
 - Meningkatkan keuntungan karena order pasti meningkat.
 - Konsumen akan lebih setia.

Pemasaran Media Sosial.

Media sosial merupakan media sosial melalui internet. Media sosial digunakan untuk membangun brand oleh para pemasar. Sosial media telah mengubah cara konten merek dibuat, didistribusikan, dan dikonsumsi, mentransfer kekuatan untuk membentuk citra merek dari pemasar ke koneksi dan konten online konsumen.

Sedangkan pemasaran sosial media merupakan bentuk pemasaran yang dipakai untuk menciptakan kesadaran, pengakuan, ingatan dan bahkan tindakan terhadap suatu merek, produk/bisnis, individu atau kelompok baik secara langsung

maupun tidak langsung dengan menggunakan alat dari web sosial seperti blogging, microblogging dan jejaring sosial (Astuti & Matondang, 2020; 77).

Sosial media marketing adalah komunikasi dua arah yang mencari empati dengan pengguna dan aktivitas media sosial dari sebuah merek memberikan peluang untuk mengurangi kesalahpahaman dan prasangka terhadap merek serta untuk meningkatkan nilai merek (brand value) dengan membuat platform untuk bertukar ide dan informasi dengan masyarakat (Mahmiri, 2020).

Sosial media marketing adalah sebagai sebuah proses yang memberdayakan individu dan perusahaan untuk mempromosikan website mereka, produk atau layanan online dan melalui saluran sosial untuk berkomunikasi dengan sebuah komunitas yang jauh lebih besar yang tidak mungkin tersedia melalui saluran periklanan tradisional (Aji, Nabila, and Sanny, 2020)

Melalui definisi di atas dapat disimpulkan bahwa media sosial marketing adalah suatu pemanfaatan dari teknologi sosial berbentuk media, yang digunakan untuk mengkomunikasikan, menyampaikan dan melakukan pemasaran mengenai nilai dari suatu merek dan produk terhadap konsumen.

Jenis-jenis media sosial untuk bisnis.

Media sosial tidak hanya digunakan untuk kegiatan komunikasi atau aktivitas lainnya. Namun situs jejaring sosial juga dapat digunakan untuk kegiatan yang bersifat komersial, bisnis, dan dapat menghasilkan keuntungan. Dengan memanfaatkan media sosial sebagai sarana komunikasi tanpa batas waktu dan ruang. Berikut merupakan beberapa situs jejaring sosial yang paling sering digunakan untuk mendorong kinerja dan meningkatkan keuntungan bagi sebuah bisnis. Sehingga untuk kedepannya anda dapat memanfaatkan situs jejaring sosial dengan baik dan tepat.

1. Facebook.

Jenis media sosial yang pertama adalah facebook. Situs jejaring sosial ini merupakan media yang paling banyak digunakan di seluruh penjuru dunia. Karena fitur yang digunakan cukup mudah, sehingga banyak orang yang tertarik untuk menggunakan platform facebook. Jika anda mempunyai sebuah bisnis, anda dapat mencoba untuk memposting produk anda dalam situs jejaring sosial ini.

2. Instagram.

Saat ini, instagram merupakan salah satu media sosial paling populer, terutama bagi pengguna internet di Indonesia. Kelebihan dan fitur yang dimiliki oleh instagram terletak pada instagram story, feed, dan IG TV. Anda juga dapat memanfaatkan instagram untuk kebutuhan bisnis seperti promosi produk, jasa atau layanan yang anda miliki. Dan fitur yang paling penting untuk menunjang bisnis anda adalah instagram ads. Dimana anda dapat mempromosikan produk melalui layanan iklan yang tersedia. Sehingga produk tersebut dapat menjangkau konsumen secara luas.

3. Twitter.

Twitter juga termasuk ke dalam salah satu media sosial yang paling sering digunakan di Indonesia dan dunia. Twitter terkenal dengan fitur threadnya dimana anda dapat memposting berbagai hal untuk dilihat oleh teman, maupun user publik. Selain itu, anda juga dapat memasarkan sekaligus

mempromosikan produk dan jasa anda dengan memanfaatkan twitter ads. Dimana, anda dapat mengelola akun sesuai dengan kebutuhan bisnis yang anda jalankan.

Dampak media sosial dalam bisnis.

Dampak Positif ditinjau dari segi bisnis.

1. Meningkatkan keuntungan dari penjualan produk.
2. Meningkatkan kredibilitas perusahaan.
3. Menjalani kerja sama bisnis secara luas.

Dampak Negatif ditinjau dari segi bisnis.

1. Memperkenalkan produk yang tidak sesuai atau palsu.
2. Menyebarkan berita atau informasi hoax.
3. menimbulkan persaingan yang tidak sehat.

Manfaat dari penggunaan media sosial dalam bisnis.

1. Mendapatkan informasi yang aktual.
2. Mampu berkomunikasi secara real-time.
3. Meningkatkan brand Awareness
4. Meningkatkan trafik dan peringkat pencarian.
5. membangun relasi dengan cepat dan luas.

Pengaruh penggunaan media sosial pada Usaha Mikro Kue tradisional “Laris

Penggunaan media sosial pada memberikan manfaat diantaranya sebagai sarana kontak sosial dengan konsumen, sarana promosi, mendata kebutuhan konsumen, menyampaikan respon ke konsumen dan sebagai dasar pengambilan keputusan bisnis. Disamping itu media sosial juga bermanfaat sebagai forum diskusi online, memantau pelanggan secara online, survei pelanggan, mendata kebutuhan penyalur, mendata kebutuhan pemasok serta untuk menampilkan galeri produk.

Sosial media merupakan salah satu media yang memudahkan komunikasi interaktif antara pengusaha dengan siapapun, termasuk konsumen, penyalur, pemasok, dan berbagai pihak yang berkepentingan kapanpun dan dimanapun berada. Sosial media sangat membantu sebagai media penghubung informasi komunikasi dari produsen ke konsumen dimanapun mereka beradanya berapapun jaraknya. Media sosial merupakan media yang sangat potensial untuk menemukan konsumen serta membangun image tentang merek atau produk.

Tidak hanya itu, perkembangan informasi dari seluruh dunia dapat diakses dimanapun dan oleh siapapun. Oleh karena itu, penggunaan teknologi informasi dan media sosial dapat membantu UKM untuk terus mengembangkan produknya dan dapat membantu dalam pengambilan keputusan bisnis. Dan yang paling penting manfaat media sosial ini adalah tidak berbayar dan tidak memerlukan software khusus.

Manfaat yang dirasakan oleh Usaha Kue Tradisional “Laris”

1. Sebagai media komunikasi yang efektif dengan konsumen dan pemasok.
 - “Sarana efektif berkomunikasi dengan pelanggan saya”
 - “Untuk kontak dengan pelanggan dan supplier”
 - “Berkomunikasi lebih lancar dan efisien”
 - “Mengetahui kebutuhan dan keinginan konsumen”

- “Hubungan bisnis dengan konsumen terjalin lebih baik”
2. Meningkatkan pemasaran dan memperluas pangsa pasar.
 - “Promosi produk lebih cepat”
 - “Usaha saya lebih mudah dan lebih cepat dikenal pasar”
 - “memperbanyak konsumen, memperluas pasar”
 - “Ada peningkatan dalam pemasaran”
 - “Orderan meningkat”
 - “Peningkatan jumlah konsumen dan omzet”
 3. Meningkatnya pengetahuan dalam membuat keputusan bisnis.
 - “Meningkatnya pengetahuan dalam membuat keputusan bisnis”
 - “Lebih mengetahui siapa kompetitor, dan dapat mempelajari tentang apa yang harus dilakukan selanjutnya.
 - “Dapat mengupdate produk karena dapat mempelajari produk lain lewat media”

Tabel: Pemberdayaan Potensi Produksi Dan Pemasaran Melalui Media Sosial Pada Usaha Mikro Kue Tradisional “Laris”

SEBELUM PEMBERDAYAAN	SESUDAH PEMBERDAYAAN
1. Belum memahami cara memproduksi produk yang menarik untuk dipasarkan sesuai dengan selera konsumen.	1. Sudah memahami cara memproduksi produk yang menarik untuk dipasarkan sesuai dengan selera konsumen.
2. Belum memahami cara memasarkan produk menggunakan media sosial (Facebook, Instagram dan Twitter)	2. Sudah memahami cara memasarkan produk menggunakan media sosial (Facebook, Instagram dan Twitter)

Dari hasil pemberdayaan ternyata ada perubahan yang signifikan terhadap pemberdayaan potensi produksi dan pemasaran melalui media sosial , perubahan tersebut nampak dari:

1. Adanya penambahan penggunaan bentuk dari kemasannya yang tadinya hanya menggunakan daun pisang dan plastik sekarang sudah berkembang pada model dan bahannya yang dari kertas.
2. Adanya penambahan penggunaan bahan baku yang tadinya hanya menggunakan bahan dari tepung dan sekarang sudah berkembang tidak hanya tepung tetapi beras dan beras ketan.
3. Adanya penambahan varian produk yang ditawarkan ke pasar yang tadinya hanya berjumlah 8 varian , namun sekarang sudah bertambah menjadi 12 varian dan dalam waktu dekat akan bertambah sesuai dengan permintaan
4. Adanya penggunaan media sosial yang berupa facebook dalam bisnis.

5. Adanya penggunaan media sosial yang berupa instagram dalam bisnis.

6. Adanya penggunaan media sosia yang berupa twitter dalam bisnis.

Usaha Mikro Kue Tradisional “ Laris “ telah memanfaatkan berbagai kemasan , bahan baku serta varian produknya yang ada disekitar tempat usaha bahkan bila perlu dari daerah yang jauh untuk meningkatkan kinerja penjualan produknya.

Dengan adanya pengembangan usaha ini tentunya membutuhkan keterampilan dan ketekunan bila menginginkan hasil yang maksimal juga diperlukan tambahan dana untuk pengadaan peralatan dan bahan baku. Ada beberapa hal yang harus dimiliki oleh Usaha Kue Tradisional “ Laris” dalam menjalani bisnisnya. Untuk itu perlu menjaga sikap dan perilaku yang baik dalam bisnis, ramah dalam bertutur kata terhadap pembeli dan jangan berbohong akan produknya, bilangannya bagus berkualitas namun jelek, bilangannya bila ada pesanan akan dilayani dengan cepat namun kenyataannya lambat dan sedapat mungkin harus bermitra dengan berbagai kurier yang baik seperti gojek food ,Grapp food dan lain-lain, tentunya dipilih yang amanah.

Pentingnya Usaha Mikro Kue Tradisional “ Laris “ memanfaatkan media sosial untuk meningkatkan kinerja penjualan produknya. Dengan menggunakan sosial media maka hambatan jarak, ruang dan waktu serta harga barang bisa terlampir.

Dengan adanya penggunaan sosial media Usaha Mikro Kue Tradisional “ Laris “ tidak lagi membutuhkan ruang yang besar untuk memajang produknya. Dirumah pun bisa membuka toko online. Waktu tanpa batas bisa kapan saja dan dimana saja. Jarak juga tidak menjadi hambatan untuk mengirim barang, karena sudah banyak perusahaan jasa kurier untuk mengantar barang dengan harga yang murah dan cepat sampai kekonsumen, mempromosikan dan menjual produknya melauai media sosial agar tidak tergerus zaman. “ hanya saja, mensos hanyalah sebagai alat. Kita harus tetap memiliki pengetahuan yang kuat dalam berbisnis.

Ada beberapa hal yang harus dimiliki oleh Usaha Mikro Kue Tradisional” Laris “ dalam menjalani dunia mensos. Untuk itu perlu menjaga sikap dan perilaku dalam mensos” jangan berbohong akan produknya, bilangannya bagus berkualitas namun jelek, bilangannya satu jam sampai namun kenyataannya 5 jam baru sampai, dan harus bermitra dengan kurier yang amanah.

E. PENUTUP

Kesimpulan

Dari hasil pengembangan Usaha Kue Tradisional “ Laris “dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Menjaga sikap dan perilaku dalam melayani konsumen jangan berbohong akan produknya, bilangannya bagus berkualitas namun jelek, bilangannya satu jam sampai namun kenyataannya 5 jam baru sampai, dan harus bermitra dengan kurier yang amanah.
2. Menggunakan kemasan kue tradisional yang menarik sehingga mampu menciptakan minat pembelian dari konsumen..
3. Menggunakan bahan baku yang berkualitas baik dan tidak asal murah yang berakibat produk akhirnya kurang berkualitas.

4. Dengan selalu melakukan pengembangan varian kue tradisional, maka akan menjaring konsumen untuk selalu setia terhadap kue “Laris” karena terdapat banyak pilihan untuk dibelinya dan juga tidak akan pernah terjadi kebosanan.media
5. Dengan selalu melakukan pengembangan dalam usaha baik kemasan, bahan baku maupun penambahan varian produk, maka akan membawa kesuksesan dalam usaha baik jangka pendek maupun jangka panjang.
6. Menggunakan Media sosial mampu menciptakan jejaring usaha atau network.
7. Menggunakan Media sosial mampu membaca peluang usaha yang lebih baik.
8. Dengan media sosial akan menambah skill dalam berbisnis seperti pemasaran , kualitas produk, dan sebagainya agar mampu menarik konsumen.
9. Dengan media sosial akan dapat menciptakan brand dan merek produk yang mudah diingat serta harus tetap menjaga kepercayaan konsumen, sedikit saja salah maka, dapat menghancurkan semuanya.

Saran

1. Perlu mendorong terus upaya-upaya perubahan sikap dan perilaku yang lebih baik dalam menjalankan bisnis.
2. Selalu mengupdate perubahan kemasan, bahan baku maupun varian produk yang dapat memenuhi permintaan konsumen dan sedapat mungkin selalu mengikuti perkembangan teknologi dibidang bisnis kue tradisional.
3. Untuk dapat sukses dalam mengembangkan bisnis, perlu didukung oleh yang lain misalnya : mengembangkan SDM, mengembangkan produksinya, mengembangkan keuangannya dan lain-lainnya.
4. Perlu mendorong terus upaya-upaya perubahan perilaku yang lebih baik dalam penggunaan media sosial.
5. Selalu mengupdate perubahan tehnologi dibidang media sosial untuk mencariinformasi yang akurat dalam mengembangkan bisnis terutama dalam pengembangan pangsa pasarnya.
6. Mensos bukan satu-satunya alat untuk mengembangkan bisnis, namun perlu didukung oleh yang lain misalnya : mengembangkan SDM, mengembangkan produksinya, mengembangkan keuangannya dan lain-lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali Arifin, (2005), Seni menjual (Perspektif Bisnis, Ide-ide Penjualan serta StrategiPemasaran), Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Andrias Harefa, Menjual Tanpa Hambatan, Penerbit Andi, Yogyakarta, 2003.
- Joko Salim, (2011), Kunci Sukses Membangun dan Melesatkan Bisnis, PT. Alex Media Komputindo, Jakarta.
- Mas’ud Chasan, (2005), Sukses Bisnis Modal Dengkul, Pustaka Pelajar, Yogyakarta.
- Carl S. Warren dkk, (2015). Pengantar Akuntansi, Jakarta: Salemba Empat.
- Niswonger C. R. (2005). Prinsip-prinsip Akuntansi (Edisi 21), Jakarta.
- Internet, Resep Kue Tradisional. Diakses dari situs internet dengan link: <http://www.researchgate.net/Publication/308199655>.
- Internet, diakses dari situs internet dengan link: http://Kemenkoukm.Go.Id/Uploads/News/Tumb_1531985279_3.Jpg