

Pelatihan Penggunaan Media Sosial Dalam Pemasaran Sayur Mayur Petik Sendiri di PURREBRA Peceren-Berastagi

Benni Purba, S.E., M.Si.¹, Esra Tarigan, S.T., M.M.², Harkendy Tarigan³,

Aikel Harapenta Sembiring⁴, Melky Sedek Surbakti⁵

^{1)2) 3)4)5)} Universitas Quality Berastagi Peceren- Lau Gumba

Kec. Berastagi, Kab.Karo, Sumatera Utara 22152Indonesia

Abstract

Higher Education Regulations stipulate that the obligations of every higher education institution as explained in the Tridharma of Higher Education are education, research and community service. The National Education System states that Higher Education is obligated to provide education, research and community service based on Article 20 paragraph 2 of Law no. 20 of 2003. Then Article 47 paragraph 1 of Law Number 12 of 2012 concerning Higher Education that "community service is defined as the activities of the Academic Community in practicing and cultivating Science and Technology to promote general welfare and educate the nation's life". For this reason, this dedication comes in the form of the concern of a Lecturer at the University of Quality Berastagi (UQB). On this occasion the Lecturers and Students of the Study Program. UQB Management Conducts Community Service (PkM) at PURREBRA. PURREBRA is a business engaged in agriculture, planting and selling vegetables, which is located at Jalan Jamin Ginting No. 177 Sempajaya Peceren Village, Berastagi District, Karo Regency. The problems faced by PURREBRA in marketing are still far from what was expected, carrying out the promotion only relying on banners in that place. Also, the knowledge of PURREBRA employees/workforce is still low in the use and utilization of Social Media such as Facebook, Instagram and others as a marketing tool to improve sales of self-picked vegetables at PURREBRA. Due to the problems faced by PURREBRA in marketing self-picked vegetables, community service activities were carried out by Lecturers and Students of Study Program. The UQB management that will be carried out is in the form of outreach and social media training for PURREBRA employees/workforce. In this training they were provided with how to promote vegetables through social media such as Facebook, Instagram and others. After attending the training, the employees/workforce at PURREBRA were very happy because they said their knowledge/experience had greatly increased using social media in terms of marketing/promoting/selling their products.

Keywords: : training, use of social media, marketing.

I. PENDAHULUAN

PURREBRA merupakan salah satu usaha/bisnis yang bergerak dalam bidang pertanian yaitu menanam dan menjual sayur mayur, yang beralamatkan di Jalan Jamin Ginting No. 177 Desa Sempajaya Peceren Kecamatan Berastagi Kabupaten Karo. Dalam hal ini PURREBRA untuk menarik minat konsumen dia bukan hanya menjual ke pasar tetapi menjual sayur mayurnya di tempat atau di ladang dengan cara petik sendiri, artinya petik sendiri sikonsumen boleh langsung memetik sayur mayur tersebut secara langsung, dalam hal ini adalah salah satu menarik minat konsumen khususnya yang datang dari perkotaan seperti kota Medan.

Dengan munculnya PURREBRA selain untuk meningkatkan pendapatan (*income*) juga dapat meningkatkan pendapatan (perekonomian) dan mengurangi pengangguran masyarakat setempat, karena PURREBRA mempekerjakan masyarakat sebagai tenaga kerja yang sering disebut sebagai aron, karena mereka yang mengurus sayur mayur tersebut juga melayani konsumen atau pembeli. Besarnya kecilnya omset suatu usaha akan mempengaruhi maju mundurnya perusahaan tersebut. Pengelolaan usaha dalam suatu usaha sangat penting dilakukan agar perusahaan dapat tetap eksis, cepat berkembang dan berdaya saing. Dengan pengelolaan usaha yang baik akan dapat dilihat bagaimana usaha tersebut

dapat berkembang dari usaha kecil, menjadi usaha menengah demikian halnya untuk usaha menengah akan meningkat menjadi usaha besar. Salah satu poin hasil kinerja suatu usaha akan dikatakan bagus apabila usaha tersebut mengalami kenaikan omset dari waktu ke waktu. Permasalahan yang dihadapi oleh PURREBRA dalam pemasaran untuk meningkatkan penjualannya masih jauh dari yang diharapkan. Hal ini disebabkan pemasaran produk sayur mayur yang dilakukan oleh PURREBRA masih mengandalkan gaya tradisional dan sifatnya menunggu pelanggan dan hanya melakukan promosinya hanya mengandalkan spanduk di tempat itu. Juga masih rendahnya informasi dan pengetahuan sama karyawan (Sumber Daya Manusia/SDM PURREBRA dalam penggunaan dan pemanfaatan media sosial seperti facebook, Instagram, Whatsap dan lainnya sebagai salah satu alat pemasaran untuk meningkatkan penjualan sayur mayur petik sendiri di PURREBRA.

Pada kesempatan ini Dosen dan Mahasiswa Prodi. Manajemen Universitas Quality Berastagi Melakukan Pengabdian kepada masyarakat (PkM) di PURREBRA, Pada saat pelatihan ini karyawan/tenaga kerja PURREBRA dibekali cara berkomunikasi yang melayani pelanggan, cara mempromosikan produk sayur mayur melalui media sosial seperti facebook, instgram dan lainnya.

Menurut Philip Kotler dalam buku Farida(2019:1) Pemasaran(Marketing) adalah kegiatan manusia yang diarahkan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan melalui proses pertukaran.

PERMASALAHAN MITRA

C.1. Permasalahan Prioritas

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan oleh Dosen PRODI. Manajemen Universitas Quality Berastagi di PURREBRA Jl. Jamin Ginting No. 177 Desa Sempajaya Peceren-Berastagi Kabupaten Karo. Di awali Tim pelaksana PKM Dosen dan Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Quality Berastagi(UQB) melakukan 2 (dua) aspek kegiatan yaitu:

- 1) Melakukan kunjungan(surve) terlebih dahulu ke lokasi mitra
- 2) Melakukan diskusi dengan mitra

C.2. Solusi

Prosedur metode pelaksanaan PKM dalam menangani permasalahan prioritas adalah sebagai berikut:

Pada saat pelatihan ini karyawan/tenaga kerja PURREBRA dibekali cara berkomunikasi yang melayani pelanggan,

Target luaran yang akan dihasilkan atau diharapkan mereka dalam hal ini karyawan PURREBRA langsung praktek berkomunikasi Cara mempromosikan produk sayur mayur melalui media sosial seperti facebook, instgram dan lainnya.

Target luaran yang akan dihasilkan atau diharapkan mereka dilatih bagaimana cara mempromosikan produk mereka melalui facebook, Instgram sehingga mereka tidak menyia-nyaiakan sosial media, mereka dilatih cara membuat kata-kata atau kalimat yang menarik dan didukung dengan gambar produk mereka untuk menarik minat pelanggan.

METODA PELAKSANAAN

Waktu Dan Tempat

Pengabdian Masyarakat mengenai “**Pelatihan Penggunaan Media Sosial Dalam Pemasaran Sayur Mayur Petik Sendiri di PURREBRA Peceren-Berastagi**”. dilaksanakan pada:

Hari/Tanggal : Sabtu 22 Juli 2023

Waktu : 09.00 – 12.00 Wib

Tempat : PURREBRA Jl. Jamin Ginting No. 177 Desa Sempajaya Peceren-Berastagi Kabupaten Karo

Penanggung Jawab: Benni Purba, S.E., M.Si.

Esra Tarigan, S.T., M.M.

Supervisi : Benni Purba, S.E., M.Si.

Esra Tarigan, S.T., M.M.

3. Ketua Pelaksana: Benni Purba, S.E., M.Si.

B.1. Deskripsi lengkap bagian metode pelaksanaan

Karena adanya permasalahan yang dihadapi oleh PURREBRA dalam hal pemasaran dan penjualan produk sayur mayur petik sendiri maka kegiatan pengabdian kepada masyarakat oleh Dosen dan Mahasiswa Prodi. Manajemen Universitas Quality Berastagi yang akan dilaksanakan adalah berupa sosialisasi dan pelatihan media social kepada karyawan/tenaga kerja PURREBRA Peceren-Berastagi.

B.2 Partisipasi mitra dalam pelaksanaan program.

Setelah kita diskusi dengan mitra dalam rencana pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PkM) ini mereka sangat antusias dan senang menerima tim dari PkM UQB, dan mereka/mitra mengucapkan banyak terimakasih kepada tim PkM dari Prodi Manajemen UQB. Mereka/mitra berharap agar pelatihan atau sosialisasi menggunakan media sosial sebagai alat pemasaran sayur-mayur petik sendiri kepada calon pelanggan atau konsumen ini segera dilakukan.

B.3 Evaluasi pelaksanaan program dan keberlanjutan program di lapangan setelah kegiatan selesai dilaksanakan.

Setelah kegiatan Pengabdian/sosialisasi ini selesai dilaksanakan keberlanjutannya kita tim tetap berkoordinasi dengan pihak PURREBRA tentang bagaimana output/hasil pemasaran sayur-mayur petik sendiri setelah mempraktekkan promosi atau marketing lewat SOSMED selain promosi biasa yang dilakukan oleh PURREBRA. Harapan kita dengan telah dilakukannya promosi lewat SOSMED, pengunjung semakin meningkat dan penjualan juga semakin meningkat. Rencana kedepannya jika diijinkan kita kearah penjualan online atau digital. Karena sekarang semua bidang sudah mengarah ke teknologi atau sering disebut dengan era Digital atau IPTEK.

Beberapa situs jejaring sosial yang paling sering digunakan untuk mendorong kinerja dan meningkatkan keuntungan bagi sebuah bisnis seperti Facebook, Instagram, Youtube dan lainnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada saat pelatihan ini karyawan/tenaga kerja PURREBRA dibekali cara berkomunikasi yang melayani pelanggan, cara mempromosikan produk sayur mayur melalui media sosial seperti facebook, instgram dan lainnya. Dalam hal ini tim melakukan ceramah langsung kepada karyawan PURREBRA. Mereka dibekali pelatihan pemasaran serta penjualan sesuai dengan teori oleh para ahli. Menurut Philip Kotler dalam buku Farida(2019:1) Pemasaran(Marketing) adalah kegiatan manusia yang diarahkan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan melalui proses pertukaran.



Gambar 1. Pengabdian melalui ceramah dengan Karyawan PURREBRA

Berdasarkan hasil evaluasi tim pengabdian masyarakat beserta karyawan peserta pelatihan dalam hal ini karyawan PURREBRA dapat mempraktekkan materi dengan cukup baik dalam hal ini dilihat dalam penggunaan media social untuk sarana promosi dan memasarkan produk mereka. Setelah diberikan pelatihan peserta mengakui bahwa mereka telah bertambah pengetahuan dan ketrampilannya dalam pemanfaatan media social seperti facebook dan instgram dalam memasarkan dan mempromosikan produknya. Dan para peserta pelatihan menjadi lebih memahami peranan media social dalam memperluas daerah pemasaran sehingga bisa meningkatkan penjualan.

SIMPULAN

Pengabdian Kepada Masyarakat yang dilakukan LPPM Universitas Quality Berastagi melalui tim Dosen dan Mahasiswa dari Prodi. Manajemen yaitu tentang “Pelatihan Penggunaan Media Sosial Dalam Pemasaran Sayur Mayur Petik Sendiri di PURREBRA Peceren-Berastagi”. Dalam hal ini pelatihan pemasaran produk sayur mayur dengan media sosial seperti facebook, whatshap dan instgram

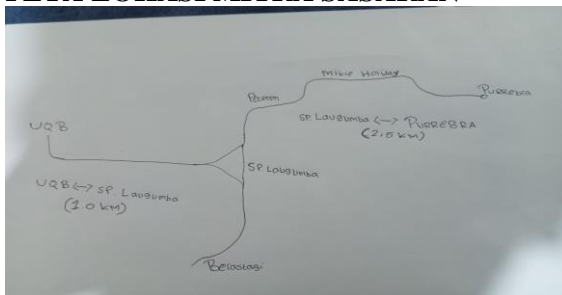
yang telah dilaksanakan mampu meningkatkan pengetahuan dan ketrampilan karyawan PURREBRA. Media sosial merupakan sebagai sarana pemasaran promosi sehingga dapat meningkatkan penjualan sayur mayur pada PURREBRA.

GAMBARAN IPTEK

IPTEK adalah ilmu yang mempelajari perkembangan teknologi berdasarkan ilmu pengetahuan.. IPTEK memiliki semua hal yang berhubungan dengan teknologi. Saat sekarang media sosial sudah menjadi alat yang digunakan banyak orang untuk melakukan sebuah aktivitas atau kegiatan sama halnya seperti PURREBRA. Media sosial adalah sebuah media online, yang dimana para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan berkomunikasi satu sama lain. Seperti Instragam, Whatshap, dan Facebook.

Penggunaan media sosial pada PURREBRA memberikan manfaat di antaranya sebagai sarana kontak personal dengan konsumen, bermanfaat sebagai sarana promosi/advetising, menyampaikan respon ke konsumen dan sebagai dasar pengambilan keputusan bisnis. Media sosial merupakan media yang sangat potensial untuk menemukan konsumen serta membangun image tentang keberadaan suatu produk.

PETA LOKASI MITRA SASARAN



Perguruan Tinggi pengusul adalah Universitas Quality Berastagi Fakultas SOSHUM Prodi. Manajemen beralamatkan: Peceren-Lau Gumba Berastagi Kabupaten Karo Propinsi Sumatera Utara-Indonesia

Mitra atau tempat Pengabdian Kepada Masyarakat (PkM) adalah PURREBRA beralamat di: Jalan Jamin Ginting nomor 177 Dusun IV Desa Sempajaya Peceren Kecamatan Berastagi Kabupaten Karo Propinsi Sumatera Utara-Indonesia

Peta dan Jaraknya

- 1) Jarak dari Universitas Quality Berastagi ke Simpang Lau Gumba sekitar satu(1) KM
- 2) Jarak dari simpang Lau Gumba ke PURREBRA sekitar dua koma lima(2,5) KM
- 3) Jadi jarak dari Universitas Quality Berastagi ke tempat Mitra dalam hal ini PURREBRA sekitar tiga koma lima(3,5) KM.

Foto Pelaksanaan Pengabdian



Ceramah Dengan Karyawan



Wawancara dengan Manajer PURREBRA

Foto di Lokasi Pengabdian



DAFTAR PUSTAKA

1. LPPM UQB (2023) **Buku Panduan dan Format penyusunan Pengabdian Kepada Masyarakat dan Penelitian** Universitas Quality Berastagi
2. Kumba Digdowiseiso (2017). **Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis**. Lembaga Penerbitan Universitas Nasional (LPU-UNAS)
3. Farida Yuliani,Lamsah, Periyadi (2019) **Manajemen Pemasaran**. Banjarmasin.Penerbit Depublish CV. Budi Utama
4. Haryadi, R. N., Rojali, A., Fauzan, M., & others. (2021). Sosialisasi Penggunaan Online Shop berbasis Website di UMKM Cimanggis. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Madani (JPMM)*.
5. Herlina, N., Husin, A., & others. (2021). Produksi Dodol Di Desa Paya Perupuk, Kecamatan Tanjung Pura, Kabupaten Langkat. *Talenta Conference Series: Local Wisdom, Social, and Arts (LWSA)*
6. Jamaludin, A. (2015). Pengaruh Promosi Online Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Pelanggan Aryka Shop di Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*.
7. Kurniawan, H., & Wahyurini, O. D. (2017). Perancangan Video Promosi Pasar Seni Tradisional Kumbasari Sebagai Pusat Busana Khas Bali Di Denpasar. *Jurnal Sains Dan Seni ITS*.
8. Sudjana, N. (2020). Penelitian dan penilaian pendidikan. Sinar Baru Algensindo.
9. Swastha, B., & others. (2005). Menejemen Pemasaran Modern.
10. Wasan, G. H., & Sariningsih, A. (2021). Pelatihan Pemasaran Produk Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Berbasis Digital di Kecamatan Citeureup. *Jurnal Pengabdian*
11. Philip Kotler, Kevin Lane Keller. (2019) **Manajemen Pemasaran**, Penerbit