

# Pemanfaatan Media Sosial Untuk Pemasaran Hasil Kerajinan Masyarakat Desa Meunasah Masjid Punteut Kota Lhokseumawe

Ipan Suandi<sup>1</sup>, Rusli<sup>2</sup>, Hanafi<sup>3</sup>, Raisah Hayati<sup>4\*</sup>

<sup>1,2,3,4</sup> *Jurusan Teknik Elektro Politeknik Negeri Lhokseumawe  
Jln. B.Aceh Medan Km.280 Buketrata 24301 INDONESIA*

<sup>1</sup>ipan@pnl.ac.id

**Abstract**— Masyarakat Desa Meunasah Masjid Punteut terutama kaum wanitanya menggunakan waktu luang untuk membuat hasil kerajinan. Ada yang membuat kerajinan dari bahan daur ulang plastik bekas dan lain-lain. Kendala yang di hadapi oleh masyarakat adalah bagaimana cara meningkatkan penjualan hasil kerajinan tersebut ke dunia luar. Politeknik Negeri Lhokseumawe sebagai salah satu institusi pendidikan tinggi terpanggil untuk membantu kendala di atas dengan program penerapan ipteks untuk desa binaan yang diharapkan mampu untuk dapat menyelesaikan salah satu permasalahan di atas. Oleh karena itu, tim pelaksana akan mencoba memberikan pelatihan penggunaan sosial media untuk masyarakat Desa Meunasah Masjid Punteut dalam memasarkan produk hasil kerajinan mereka. Adapun media sosial yang digunakan adalah facebook, instagram dan youtube.

**Kata kunci**— *Media Sosial, Internet, Kerajinan, Pemasaran.*

**Abstract**— The people of Meunasah Masjid Punteut Village, especially women, use their free time to make handicrafts. Some make handicrafts from recycled plastic materials and others. The problem faced by the community is how to increase the sale of the handicraft products to the outside world. Lhokseumawe State Polytechnic as one of the higher education institutions is called upon to help with the above constraints with the application of science and technology programs for target villages that are expected to be able to solve one of the problems above. Therefore, the implementing team will try to provide training on the use of social media for the people of Meunasah Masjid Punteut Village in marketing their handicraft products. The social media used are Facebook, instagram and youtube.

**Keywords**— *Social Media, Internet, Crafts, Marketing.*

## I. PENDAHULUAN

Perkembangan kemajuan telekomunikasi tidak lepas dari Masyarakat Desa Meunasah Masjid Punteut terutama kaum wanitanya menggunakan waktu luang untuk membuat hasil kerajinan. Ada yang membuat kerajinan dari bahan daur ulang, plastik bekas dan lain-lain. Kendala yang di hadapi oleh masyarakat adalah bagaimana cara meningkatkan penjualan hasil kerajinan tersebut ke dunia luar. Politeknik Negeri Lhokseumawe sebagai salah satu institusi pendidikan tinggi terpanggil untuk membantu kendala di atas dengan program penerapan ipteks untuk desa binaan yang diharapkan mampu untuk dapat menyelesaikan salah satu permasalahan di atas.

Kehadiran internet sebagai sarana atau media informasi online ternyata memberikan manfaat yang sangat besar bagi setiap aspek kehidupan yang ada. Baik dalam bidang pendidikan, sarana komunikasi tanpa batas, maupun dalam hal pengembangan usaha. Pemanfaatan media online memang menjadi pilihan tepat bagi para pelaku usaha untuk mengembangkan bisnis yang dijalankannya. Mudahnya akses internet saat ini, besarnya manfaat yang didapatkan, serta murah biaya yang dibutuhkan menjadi alasan utama bagi para pelaku usaha sebelum akhirnya mereka memilih media online sebagai solusi tepat untuk memperluas jangkauan bisnisnya.

Banyaknya sumber informasi yang tersedia melalui media online atau internet, memberikan dukungan tersendiri bagi perkembangan bisnis para pengrajin industri kecil. Dengan modal informasi yang ada pada media online, setidaknya bisa menciptakan ide-ide baru yang tentunya bermanfaat bagi kemajuan usaha. Selain itu juga bisa mendapatkan informasi penting lainnya terkait peluang usaha yang sedang dijalankan saat ini. Misalnya saja informasi kontak person supplier bahan baku, informasi harga jual

produk dipasaran, informasi tips bisnis yang membantu permasalahan usaha, serta masih banyak lagi informasi lain yang berguna bagi perkembangan usaha.

Pengrajin industri kecil merupakan salah satu bentuk usaha yang mampu memberikan kontribusi positif terhadap pertumbuhan perekonomian di Indonesia. Pengrajin industri kecil juga menjadi roda penggerak ekonomi masyarakat, terutama masyarakat ekonomi menengah dan ekonomi bawah. Dalam upaya mempertahankan bisnis yang dijalankan, pengrajin industri kecil dituntut untuk mulai menerapkan berbagai macam strategi bisnis dalam upaya mengembangkan usaha untuk mencapai pangsa pasar yang lebih luas dan mendapatkan lebih banyak konsumen.

Masalah dalam pemasaran sebenarnya bisa diatasi dengan pemanfaatan media online yang ada dan saat ini banyak digunakan oleh masyarakat, misalnya media jejaring sosial, seperti facebook dan instagram. Kemudahan dalam pengaksesan media jejaring sosial menjadi peluang bagi pengelola usaha untuk memanfaatkannya sebagai media pemasaran baru.

Belum banyak pengelola suatu usaha atau bisnis yang memanfaatkan media online sebagai alat untuk memasarkan produknya agar lebih dikenali masyarakat. Padahal dengan memanfaatkan media online sebagai media untuk memasarkan produk akan memberikan banyak manfaat. Manfaat yang didapatkan diantaranya masyarakat dapat mengetahui produk yang ditawarkan dengan mudah, bagi calon pembeli dapat melakukan perbandingan dengan produk lain sebelum melakukan transaksi pembelian, peluncuran atau promosi produk baru bisa dilakukan seefektif mungkin, meminimalkan biaya promosi, dan jangkauan pasar atau pangsa menjadi tak terbatas karena bisa diakses darimana saja dan oleh siapa saja.

II. METODOLOGI PELAKSANAAN

2.1 Metode yang Digunakan

Tim Pelaksana, secara umum, akan memberikan pelatihan kepada para peserta, dengan bidang pelatihan adalah penggunaan sosial media seperti facebook, youtube dan instagram. Tim pelaksana akan menjelaskan dengan singkat materi yang akan diajarkan, dan kemudian disambung dengan latihan menggunakan contoh.

Tahapan pelaksanaan pelatihan dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Membagikan modul pelatihan  
Tim pelaksana akan membagikan modul pelatihan, yang berisi teori dan contoh latihan, kepada para peserta.
2. Menjelaskan jenis sosial media
3. Tim pelaksana akan memperkenalkan terlebih dahulu, sosial media apa saja yang digunakan untuk membantu pemasaran dari produk kerajinan
4. Mengajarkan menggunakan cara membuat akun pada masing-masing sosial media  
Tim pelaksana akan mengajarkan peserta cara membuat akun pada facebook, youtube dan instagram.
5. Mengajarkan cara promosi melalui Facebook, youtube dan instagram.  
Tim pelaksana terlebih dahulu akan menjelaskan dasar-dasar penggunaan Facebook, youtube dan instagram diikuti dengan memberikan contoh yang juga akan dipraktekkan langsung oleh peserta. Contoh materi yang diajarkan antara lain: cara update status, mencari teman sesuai target dan meningkatkan edgeRank.
6. Memberikan Latihan dan Evaluasi  
Setiap peserta diberikan latihan untuk mengaplikasikan semua materi yang telah diajarkan kemudian peserta akan dievaluasi untuk dapat dianalisa seberapa besar pemahamannya terhadap materi yang telah disampaikan.

2.2 Rancangan Evaluasi

Evaluasi dilakukan dengan memberikan tugas dan latihan untuk dikerjakan oleh masing-masing peserta. Setiap peserta mengerjakan masing-masing aplikasi komputer dan diberikan nilai dengan dengan bobot maksimal 100. Hasil nilai evaluasi dibuat dalam bentuk tabel dan grafik untuk dianalisa.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Hasil Pelatihan

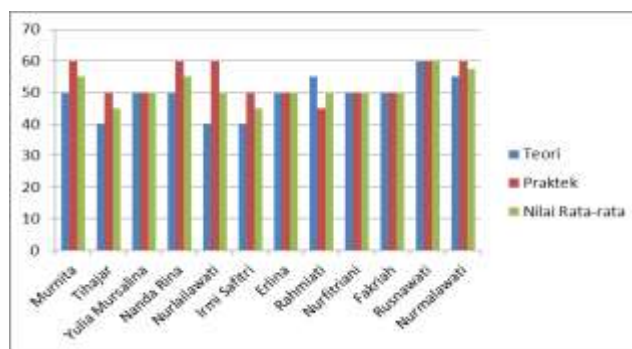
Pelatihan dimulai setelah dilakukan tes kepada peserta. Tes dilakukan untuk mengukur tingkat kemampuan peserta dalam menggunakan sosial media dan pengetahuan peserta tentang sosial media yang sering digunakan. Hasil yang diperoleh dari ujian tersebut seperti diperlihatkan pada Tabel 4.1, sedangkan grafik hasil ujian seperti diperlihatkan pada Gambar 4.1.

Tabel 4.1 Hasil Ujian Teori dan Praktek sebelum Pelatihan

No.	Nama Peserta	Nilai		
		Teori	Praktek	Nilai Rata-rata
1	Murnita	50	60	55
2	Tihajar	40	50	45
3	Yulia Mursalina	50	50	50

4	Nanda Rina	50	60	55
5	Nurlailawati	40	60	50
6	Irmi Safitri	40	50	45
7	Erlina	50	50	50
8	Rahmiati	55	45	50
9	Nurfitriani	50	50	50
10	Fakriah	50	50	50
11	Rusnawati	60	60	60
12	Nurmalawati	55	60	57,5

Berdasarkan Grafik 4.1 dapat dijelaskan bahwa peserta pelatihan masih memiliki kemampuan yang minim dalam pengetahuan tentang sosial media dan juga cara penggunaan sosial media.. Peserta pelatihan, rata-rata, hanya mengetahui dan menggunakan sosial media tersebut untuk hiburan belum tau cara memanfaatkan untuk kepentingan pemasaran atau bisnis.



Gambar 4.1 Grafik Nilai Peserta sebelum Pelatihan

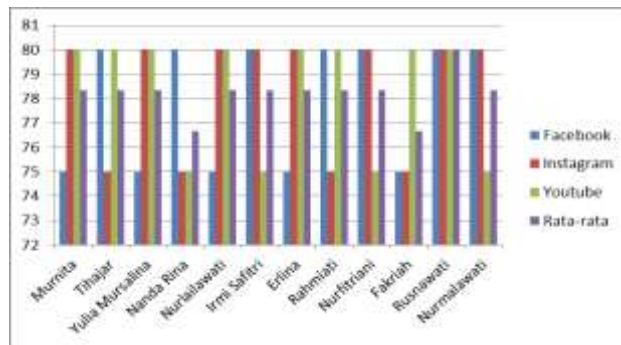
Tabel 4.2 dan 4.3 adalah nilai ujian teori dan praktek peserta setelah diberikan pelatihan. Hasil-hasil tersebut disajikan dalam bentuk grafik seperti diperlihatkan pada Grafik 4.2 dan 4.3.

Pada pelatihan ini, peserta diajarkan cara melakukan promosi produk kerajinan melalui Facebook, Instagram dan Youtube. Peserta juga diajarkan cara mendapatkan pengikut dan member melalui semua sosial media tersebut.

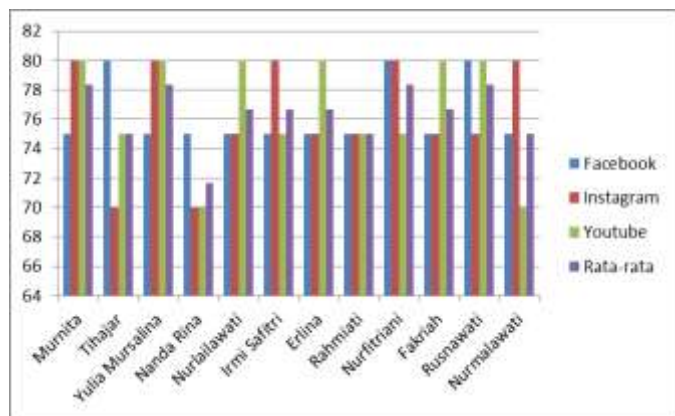
Tabel 4.2 Hasil Ujian Teori setelah Pelatihan

No	Nama Peserta	Nilai Teori			Nilai Rata-rata
		Facebook	Instagram	Youtube	
1	Murnita	75	80	80	78,33
2	Tihajar	80	70	75	75,00
3	Yulia Mursalina	75	80	80	78,33
4	Nanda Rina	75	70	70	71,67
5	Nurlailawat	75	75	80	76,67

i					
6	Irmi Safitri	75	80	75	76,67
7	Erlina	75	75	80	76,67
8	Rahmiati	75	75	75	75,00
9	Nurfitriani	80	80	75	78,33
10	Fakriah	75	75	80	76,67
11	Rusnawati	80	75	80	78,33
12	Nurmalawati	75	80	70	75,00



Gambar 4.3 Grafik Hasil Ujian Praktek setelah Pelatihan



Gambar 4.2 Grafik Hasil Ujian Teori setelah Pelatihan

Tabel 4.3 Hasil Ujian Praktek setelah Pelatihan

No	Nama Peserta	Nilai Praktek			Nilai Rata-rata
		Facebook	Instagram	Youtube	
1	Murnita	75	80	80	78,33
2	Tihajar	80	75	80	78,33
3	Yulia Mursalina	75	80	80	78,33
4	Nanda Rina	80	75	75	76,67
5	Nurlailawati	75	80	80	78,33
6	Irmi Safitri	80	80	75	78,33
7	Erlina	75	80	80	78,33
8	Rahmiati	80	75	80	78,33
9	Nurfitriani	80	80	75	78,33
10	Fakriah	75	75	80	76,67
11	Rusnawati	80	80	80	80,00
12	Nurmalawati	80	80	75	78,33

3.2 Pembahasan

Dari grafik 4.1 sampai 4.3 dapat dijelaskan bahwa peserta pelatihan terdiri dari masyarakat Desa Meunasah Mesjid Punteut yang berjumlah 12 orang. Sebelum dilakukan pelatihan, seluruh peserta terlihat masih banyak yang belum mengetahui cara penggunaan sosial media untuk keperluan bisnis pemasaran. Namun setelah pelatihan, dapat dilihat adanya peningkatan kemampuan peserta dalam menggunakan sosial media untuk mempromosikan produk kerajinan. Hal ini dapat dilihat dari gambar Grafik 4.1 sampai 4.3. Berdasarkan nilai-nilai ujian tersebut dapat diketahui bahwa nilai rata-rata peserta setelah pelatihan berada pada antara 70 dan 80, dibandingkan dengan nilai peserta sebelum pelatihan yang berada pada antara 40 dan 60. Hal ini menunjukkan bahwa pemahaman peserta sudah mencukupi dalam menggunakan aplikasi sosial media untuk memasarkan produk kerajinan mereka.

IV. KESIMPULAN

Peserta pelatihan dapat mengikuti seluruh kegiatan pelatihan yang dilaksanakan dengan hasil yang baik, yaitu nilai tes setelah mengikuti pelatihan meningkat dengan nilai rata-rata berkisar antara 70 dan 80.

Kemampuan yang telah dimiliki oleh masyarakat Desa Meunasah Mesjid Punteut Kota Lhokseumawe ini dapat digunakan sebagai modal dalam memasarkan produk hasil kerajinan mereka ke seluruh penjuru dunia.

REFERENSI

[1] Anisa Maulina. 2013. Aplikasi Internet untuk Perkantoran. <http://blogs.unpas.ac.id/anisamaulina/2013/02/21/aplikasi-internet-untuk-perkantoran/>

[2] Anonymous. 2017. Promosi Produk Usaha Lewat Facebook. Aplikasi Perkantoran. <http://www.kerjausaha.com/2013/03/cara-promosi-produk-usaha-lewat-facebook.html>

[3] Farhan Aziz Lubis. 2014. Pengertian Program Aplikasi Lengkap. <http://pangeranarti.blogspot.co.id/2014/11/pengertian-program-aplikasi-lengkap.html>

[4] Muhammad Hafis. 2017. Cara Promosi di Facebook. <http://www.bisnisrumahanpemula.com/cara-promosi-di-facebook>