

KPM TEMATIK: PEMANFAATAN MEDIA *SMARTPHONE* SEBAGAI ALAT PROMOSI UMKM DI DUSUN KLEMUT, BULUSULUR, WONOGIRI

Muhammad Misbahul Huda^a

Sekolah Tinggi Agama Islam (STAI) Mulia Astuti Wonogiri

muhammadmisbahulhuda@staimaswonogiri.ac.id

Suprihatin^b

Sekolah Tinggi Agama Islam (STAI) Mulia Astuti Wonogiri

suprihatin@staimaswonogiri.ac.id

Tutut Nur Trias Wijayanti^c

Sekolah Tinggi Agama Islam (STAI) Mulia Astuti Wonogiri

thututtrias@gmail.com

Siswanto^d

Sekolah Tinggi Agama Islam (STAI) Mulia Astuti Wonogiri

siswantoiswanto3@gmail.com

Abstrak

Pandemi covid-19 tidak hanya berdampak pada kesehatan masyarakat tetapi juga mempengaruhi kondisi perekonomian, pendidikan dan kehidupan sosial masyarakat. Kondisi perekonomian menjadi sektor utama yang terkena imbas luar biasa. Hal itu terlihat dari banyaknya perusahaan yang terpaksa tutup, banyak juga pegawai yang diberhentikan dan lain sebagainya. Melihat kondisi tersebut, UMKM menjadi komunitas yang dinilai dapat bertahan dan berkembang di masa covid-19. Hal itu terbukti pada situasi krisis moneter di tahun 2009. Para pemilik UMKM harus menyadari dan merumuskan strategi pemasaran secara berbeda. Salah satu strategi yang dapat dilakukan di masa saat ini adalah memanfaatkan media *smartphone* sebagai alat promosi untuk berjualan di dunia *online*. Dengan adanya hal itu, tim KKN Tematik Sekolah Tinggi Agama Islam Mulia Astuti Wonogiri yang bekerjasama dengan seluruh perangkat Dusun Klemut, Bulusulur, Wonogiri mengadakan sosialisasi pemanfaatan media *smartphone* sebagai alat promosi. Selain itu, dipaparkan pula cara berjualan di pasar *online* (*marketplace*). Metode yang digunakan dalam menjalankan program memuat beberapa langkah, sebagai berikut: pendataan UMKM di Dusun Klemut, dikumpulkan menjadi satu dan diberi pengarahan serta paparan materi terkait pengambilan foto, audio dan edit video, dilanjutkan dengan proses tanya-jawab, terakhir diberikan materi tentang cara-cara mendaftar di *marketplace* berupa *shopee*. Hasil dan pembahasan dalam penulisan ini memuat empat hal, yakni: alat dan bahan, praktik pengambilan foto, praktik pembuatan audio dan video, dan membuat toko *online* di *marketplace* *shopee*.

Kata Kunci: Media Komunikasi, Smartphone, Promosi, UMKM, Shopee

Abstract

The covid-19 pandemic not only has an impact on public health but also affects the economic conditions, education and social life of the community. Economic conditions became the main sector that was affected by the extraordinary. This can be seen from the number of companies that were forced to close, many employees were laid off and so on. Seeing these conditions, MSMEs are communities that are considered to be able to survive and thrive during the COVID-19 period. This was proven in the monetary crisis situation in 2009. MSME owners must be aware of and formulate different marketing strategies. One strategy that can be done at this time is to use smartphone media as a promotional tool to sell in the online world. With this in mind, the Thematic KKN team of the Mulia Astuti Wonogiri Islamic High School in collaboration with the entire Hamlet of Klemut, Bulusulur, Wonogiri held a socialization on the use of smartphone media as a promotional tool. In addition, it is also explained how to sell in the online market (marketplace). The method used in carrying out the program contains several steps, as follows: data collection for SMEs in Klemut Hamlet, collected into one and given direction and exposure to material related to taking photos, audio and video editing, followed by a question and answer process, finally given material on how to how to register on the marketplace in the form of shopee. The results and discussion in this paper contain four things, namely: tools and materials, photo-taking practices, audio and video-making practices, and creating an online shop in the shopee marketplace.

Keywords: Communication Media, Smartphone, Promotion, UMKM, Shopee

A. PENDAHULUAN

Masa pandemi covid-19 pada tahun 2019 sampai 2021 memberikan dampak yang sangat luar biasa di wilayah Provinsi Jawa Tengah. Hal itu mengakibatkan pengusaha-pengusaha di wilayah Jawa Tengah khususnya Kabupaten Wonogiri mengalami kebangkrutan dan banyaknya pengurangan karyawan terutama di perusahaan besar. Kondisi tersebut disikapi oleh masyarakat khususnya di Kecamatan Wonogiri dengan mendirikan usaha yang berskala kecil dan menengah, salah satunya dengan berjualan produk rumahan berupa makanan, minuman, pernak-pernik hiasan dan mainan.

Dusun Klemut Desa Bulusulur Kecamatan Wonogiri terdapat komunitas bergerak dalam bidang usaha mikro kecil dan menengah yang rata-rata mempunyai usaha rintisan turun-menurun dari keluarga dengan merek yang mereka buat sendiri. Usaha mikro kecil dan menengah yang disebut UMKM tersebut menciptakan lapangan pekerjaan baru dan mampu bertahan di tengah krisis dari transisi new normal akibat pandemi covid-19. Merek produk rintisanya bersumber pada ide yang mencerminkan ciri khas pemilik dan produk jualan yang diharapkan mampu menarik minat masyarakat.

Industri UMKM merupakan kekuatan perekonomian Indonesia yang persentasenya mencapai hampir 60 persen (Andrew Betlehn, 2018). Krisis moneter dunia pada tahun 2009 yang berimbas terhadap perekonomian dunia, tidak terkecuali dampaknya juga dirasakan Indonesia.

Sehingga banyak perusahaan besar di Indonesia harus terpaksa tutup. Hal itu tidak terlalu berdampak bagi UMKM. UMKM dalam kondisi tersebut mampu bertahan di tengah efek krisis ekonomi justru memunculkan ide-ide kreatif baru untuk memulai usaha. Berbagai hasil produk UMKM banyak digunakan oleh masyarakat terutama masyarakat sekitar UMKM berada terutama jenis usaha mebel, mie pentil dan tempe angkringan.

Munculnya berbagai unit usaha baru tersebut harus dilindungi kepentingan hak-hak atas produknya. Sehingga nilai ekonomis menjadi bertambah melalui didaftarkan-nya merek. Semakin banyak UMKM yang berdiri dengan berbagai produk yang dibuat membuat persoalan yang cukup serius. Salah satu cara untuk mengatasi hal itu adalah mendaftarkan produk UMKM kepada pihak terkait (Suhargon, 2019). Pendaftaran atas merek menjadi suatu kewajiban bagi pemilik merek agar mendapat perlindungan hukum atas hak-haknya (Karina, 2019). Suatu produk yang dihasilkan UMKM mempunyai nilai jual lebih jika menggunakan merek yang mempunyai ciri khas yang membedakan dengan produk lainnya. Merek merupakan gambaran dan nama baik dari suatu perusahaan yang berskala besar, menengah dan bahkan sampai kecil sekalipun seperti halnya UMKM (Zaenal Arifin, 2020).

Di zaman yang mulai berkembang pesat terutama di bidang teknologi ini, harus dibarengi juga dengan memanfaatkan secara baik dan memaksimalkan dalam bidang pemasaran sebagai bahan promosi. *Handphone* atau *smartphone* merupakan media komunikasi yang bisa menunjang berbagai hal seperti berbicara jarak jauh, mengambil gambar dan suara, memperbarui hasil dari rekaman dan yang pasti bisa di sebar dalam media sosial yang sangat marak di zaman sekarang. Memperbaharui hasil dari rekaman tersebut sangat menunjang dari hasil produk yang akan diperjualbelikan kepada masyarakat umum. Banyaknya fitur-fitur aplikasi yang ada di *Play Store* atau *App Store* yang sudah terinstal dalam setiap *smartphone* dapat dimanfaatkan untuk menunjang hasil yang maksimal. Berdasarkan hal tersebut, tim KKN Tematik pengabdian kepada masyarakat melalui penyuluhan pentingnya ilmu teknologi dalam membangun desa kreatif dan inovatif dalam bidang bisnis dan kewirausahaan dengan optimalisasi digital marketing. Program ini ditujukan kepada masyarakat yang memiliki Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang ada di wilayah Dusun Klemut Desa Bulusur Kecamatan Wonogiri Kabupaten Wonogiri Provinsi Jawa Tengah.

B. METODE

Metode yang digunakan dalam pelaksanaan program pengabdian pemanfaatan media *smartphone* sebagai alat promosi produk UMKM di Dusun Klemut Desa Bulusur Kecamatan Wonogiri dengan cara sosialisasi secara langsung. Sosialisasi dalam pelaksanaan program

ditempuh dengan rincian sebagai berikut: 1) Pendataan UMKM di Dusun Klemut Desa Bulusulur Kecamatan Wonogiri Kabupaten Wonogiri; 2) UMKM yang sudah terdata diundang dan dikumpulkan untuk pemberian materi tentang cara pengambilan foto, penggunaan audio dan *editing* video. Dilanjutkan dengan sosialisasi cara mendaftar dan jualan *online* di Media Sosial. 3) Dialog interaktif antara pemateri dan pemilik UMKM; 4) Pemateri juga memberikan semangat untuk berwirausaha dan berbagai peluang yang ada.

Kegiatan sosialisasi pemanfaatan media *smartphone* sebagai alat promosi produk UMKM di Dusun Klemut Desa Bulusulur Kecamatan Wonogiri diikuti oleh para warga setempat dengan jumlah 40 peserta yang terdiri dari perempuan dan laki-laki dengan rentan usia 20-60 tahun yang hampir 75% mempunyai usaha sendiri dengan berbagai merek, terutama UMKM mebel, mie pentil, tempe goreng, makanan basah dan lain sebagainya.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pandemi covid-19 tidak hanya berdampak pada kesehatan masyarakat tetapi juga mempengaruhi kondisi perekonomian, pendidikan dan kehidupan sosial masyarakat. Berdasarkan data Badan Nasional Penanggulangan Bencana (BNBP), jumlah pasien positif terinfeksi covid-19 di Indonesia mencapai 6.575 orang per-19 April 2020. Pandemi ini menyebabkan pemerintah daerah menerapkan kebijakan pembatasan sosial berskala besar (PSPB) yang berimplikasi terhadap pembatasan aktivitas masyarakat, termasuk aktivitas ekonomi masyarakat yang tergolong rentan dan miskin. Oleh sebab itu, perintah baik di tingkat pusat maupun daerah, sama-sama mengeluarkan berbagai kebijakan untuk menanggulangi penyebaran covid-19.

Dalam rangka mendukung kebijakan pemerintah, tim KKN Tematik (KPMT) Tematik Sekolah Tinggi Agama Islam dalam kegiatan pengabdian masyarakat di laksanakan dengan tatap muka. Kementerian Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat (PUPR) melakukan survei penggunaan teknologi dan informatika. Sekertaris Jendral kementerian PUPR Anita Firmanti mengatakan, sebagai bentuk adaptasi era normal baru (*new normal*) pandemi covid-19, telah di terbitkan Peraturan Menteri (Permen) PUPR Nomer 15 tahun 2020. Dari pernyataan tersebut bahwa telah memungkinkan kita untuk bertatap muka apalagi sekarang di tahun 2022. Pengabdian kepada masyarakat dengan metode penyuluhan ini juga melibatkan mahasiswa dengan tujuan meningkatkan *soft skill* mahasiswa dengan membantu dalam mengatasi persoalan UMKM di Dusun Klemut Desa Bulusulur.

Tim KKN berusaha untuk meningkatkan pengetahuan masyarakat dan pemahaman mengenai teknologi masa kini yang akan bermanfaat dalam upaya promosi setiap pengusaha baik kecil, besar dan menengah di Dusun Klemut Desa Bulusulur. UMKM yang dikelola

masyarakat Dusun Klemut Desa Bulusulur Kecamatan Wonogiri Jawa Tengah belum mengarah pada pelegalan merek. Hal itu menjadi persoalan yang harus diatasi secara cepat. Sebab, UMKM di sana memiliki usaha yang beragam, seperti produk mebel, kripik tempe dan makanan basah seperti mei pentil dan produksi tempe. Pemasaran produk masih sebatas saling memberikan informasi dari mulut ke mulut. Penggunaan media masih pada taraf status *WhatsApp*, *Instagram*, *Facebook*. Merek merupakan simbol dari pemilik usaha yang menjadi tanda pengenal produk hasil ciptaanya yang dapat membedakan dengan produk lain. Selain itu, merek juga mempunyai fungsi untuk indentifikasi sosial (Ahmad Mujahid, 2015). Merek mempunyai 6 jenis, yaitu merek dagang, merek jasa, merek kolektif, merek fungsional, merek citra, dan merek eksprerisesial. Merek dagang pada dasarnya harus memiliki daya pembeda secara spesifik (Lasut, 2015).

Eksistensi merek jasa hanya terbatas pada bidang usaha yang berkaitan dengan bidang jasa saja (Riwanto, 2020). Merek kolektif adalah merek yang digunakan pada barang atau jasa dengan karakteristik yang sama mengenai sifat, ciri umum, dan mutu barang atau jasa serta pengawasan-nya yang akan diperdagangkan oleh beberapa orang atau badan hukum secara bersama-sama untuk membedakan dengan jasa sejenis lainnya. Kelebihan merek kolektif yaitu kepemilikan terdiri dari berbagai pihak yang mempunyai produk serupa sehingga biaya pendaftaran akan ditanggung secara bersama, akan tetapi juga mempunyai kekurangan yaitu tidak dapat dilisensikan kepada pihak lain (Dhyah Ayu Retno Widyastuti dan Alexander Beny Praudyanto, 2018).

Dalam menjalankan bisnis, salah satu hal yang juga yang perlu diperhatikan adalah hukum dalam berbisnis. Saat ini, bisnis *online* menjadi salah satu model bisnis yang paling umum dijalankan oleh banyak orang. Pasalnya bermula dari bisnis *online* bisa dibilang jauh lebih mudah dibandingkn dengan bisnis offline. Pelaku bisnis tidak begiu banyak mengeluarkan biaya besar untuk membeli toko atau menyewa gedung untuk memulai. Dalam menjalankan bisnisnya, seseorang berhak untuk mendapat perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beriktikad tidak baik, melakukan pembelaan dari sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen, rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak dilibatkan oleh barang dan atau jasa yang di perdagangkan, memperoleh hak-hak lain yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-perundang lainnya. Setelah kami melakukan pemaparan tentang pentingnya pemasaran berbasis *online* dengan menggunakan teknik pengambilan foto, audio, dan video serta pembuatan *marketplace* di Shopee untuk pemanfaatan *smartphone* dengan menggunakan aplikasi. Gambaran kegiatannya sebagai berikut:

1. Alat dan Bahan

a. Smartphone

- b. Produk
- c. Tripod
- d. Lampu
- e. Sterofoam (background)

2. Praktik Pengambilan Foto

- a. Tidak perlu membeli *smartphone* yang mahal tetapi gunakan saja apa yang sudah dimiliki. Kualitas foto yang baik tidak hanya ditentukan dari resolusi *smartphone*, tetapi juga cara pengambilan dan *angle*
- b. Untuk produk yang berukuran kecil, Anda bisa memanfaatkan kardus bekas dan dilapisi dengan kain atau kertas HVS putih. Pencahayaan studio mini bisa menggunakan lampu LED putih atau lampu belajar yang biasa digunakan
- c. Cara foto produk bermodal *Smartphone* harus memperhatikan posisi pengambilan foto (*angle*), ketika memotret produk, usahakan ada banyak *angle* foto yang di ambil.
- d. Hal penting lainnya yang harus diperhatikan saat memotret produk menggunakan *smartphone* adalah pencahayaan yang cukup. Cahaya sebagai penentu hasil foto yang di ambil.
- e. Seringkali banyak orang yang melakukan zoom saat memotret sesuatu. Namun, tindakan ini perlu dihindari saat mengambil foto produk memakai *smartphone*.
- f. Usahakan tangan tetap rileks dan tenang, jika merasa kualitas foto tetap kurang maksimal, letakkan *smartphone* di tembok/pohon sebagai sandaran. Selain itu, bisa juga memanfaatkan holder atau tripod khusus *hendphone*.
- g. Menghasilkan foto produk yang bagus tidak hanya mengandalkan ketepatan pengambilan gambar. Jika diperlukan, bisa memanfaatkan berbagai macam aplikasi editing foto. Namun, aktifitas ini harus dilakukan sewajarnya saja.
- h. Cara foto produk bermodal *smartphone* yang sering dilupakan para penjual adalah penambahan watermark. Setelah foto siap diunggah, harus menambahkan watermark terlebih dahulu.

3. Praktik Pembuatan Audio dan Video

- a. Tidak perlu membeli *smartpon* yang mahal tetapi gunakan saja apa yang sudah dimiliki. Kualitas foto yang baik tidak hanya ditentukan dari resolusi *smartphone*, tetapi juga cara pengambilan dan *angle*.
- b. Posisi badan dengan keadaan santai tidak terbebani apapun, tubuh dalam keadaan sehat. Badan dengan berdiri tegap menggunakan kuda-kuda atas pastikan *smartphone* sudah siap dalam keadaan video lalu tekan tombol untuk memulai.

- c. Jika merasa kualitas foto tetep kurang maksimal, letakkan smartphone di tembok/pohon sebagai sandaran. Selain itu, bisa juga memanfaatkan holder atau tripod khusus handphone jika tidak mempunyai pastikan siku tangan saat memvideo jangan sampai berubah dengan keadaan dari awal sampai akhir
- d. Dalam melakukan pergerakan yang berputar adalah tubuh bukan tangan, jika yang bergerak tangan maka siku-siku yang sudah tepat maka akan terjadi pergetaran dengan menghasilkan video yang tidak maksimal.
- e. Melakukan perekaman usahakan tidak ada nois atau suara-suara yang mengganggu jalanya membuat video kalau misalkan terjadi bisa di hilangkan saat melakukan editing video yang ada di aplikasi smartphone seperti Kinemaster, inshot, filmorago, powerderekto, adobe premier rush, videosho, magisto dan lain sebagainya.
- f. Di dalam aplikasi smartpon saja banyak pilihan tinggal kita cari di Play Store, aplikasi ini biasanya sudah terinstal dari awal pembelian smartphone.
- g. Pemasaran hasil dari foto, audio dan video ke aplikasi pambanjaan di media social, jual beli online ini memanfaatkan salah satu aplikasi marketplace, di Indonesia sendiri banyak sekali marketplace seperti Tokopedia, Shopee, Bukalapak, Lazada dan lain sebagainya. Kami mengambil salah satu dari banyaknya marketplace di Indonesia sebagai contoh saja yaitu Shopee. Sebagai cara pendaftaran sampai jual beli akan kami paparkan sebagai berikut:
 - 1) Klik pilih pada play Store aplikasi yang di inginkan (Shopee) sampai benar-benar terinstal;
 - 2) Membuat akun Shopee
 - 3) Klik pada gambar gambar awal pilih saya
 - 4) Pilih pendaftaran
 - 5) Masukkan nomer telephone tekan kirim
 - 6) Nanti akan ada kode verifikasi yang dikirim lewat pesan
 - 7) Masukkan verifikasi tersebut
 - 8) Atur password dan username
 - 9) Klik pilih login
 - 10) Masukkan email atau nomer *handphone*
 - 11) Ikuti langkah dan atur ulang *password*.
- 4. Membuka Toko *Online* di Shopee
 - a. Pilih 'saya' kemudian mulai jual
 - b. Pilih mulai pendaftaran

- c. Atur informasi toko seperti kelengkapan nama toko, alamat toko dan lain sebagainya
- d. Pilih 'untuk diselesaikan' untuk jasa kirim
- e. Atur jasa kirim yang di inginkan, terutama di kota anda seperti COD, JNE, POS, JNT, dan lain sebagainya klik 'selesai' pilih kirim
- f. Mulai aploud produkmu dengan klik 'tambah produk'
- g. Kirim informasi produkmu
- h. Klik 'selesai'

D. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan di atas, kesimpulan dari penulis memuat dua poin, yakni: pertama, masyarakat Dusun Klemut Desa Bulusulur memiliki banyak UMKM tetapi belum memaksimalkan pemanfaatan media *smartphone*. Kedua, kegiatan dan program yang telah dilakukan melalui sosialisasi pemanfaatan media *smartphone* sebagai alat promosi produk UMKM di Dusun Klemut Desa Bulusulur memuat empat aktivitas, seperti menyiapkan alat dan bahan, pengambilan foto, pembuatan audio dan video, serta pembuatan toko online (*marketplace*) berupa shopee.

E. UCAPAN TERIMA KASIH

Dalam kesempatan ini kami mengucapkan terimakasih kepada Ketua dan Dosen Sekolah Tinggi Agama Islam Mulia Astuti Wonogiri atas motivasi dan bimbingannya kepada kami unuk selalu menjadi manfaat bagi lingkungan sekitar. Ucapan terimakasih juga kepada seluruh masyarakat, perangkat desa, Kepala Dusun RW, RT, dan seluruh masyarakat Dusun Klemut Desa Bulusulur Kecamatan Wonogiri Kabupaten Wonogiri Provinsi Jawa Tengah.

DAFTAR PUSTAKA

- Adhitama, Dias. 2022. Tutorial Buka Toko. Kampus UKM Shopee Export 2205, Sinurboyo, 16 (7), 1-24.
- Aeni, Siti Nur. 2021. 9 Aplikasi Edit Vidio Terbaik Android Yang Mudah dan Praktis. <https://katadata.co.id/safrezi/digital/61a84720c07bb/9-aplikasi-edit-video-terbaik-android-yang-mudah-dan-praktis>.
- Amelia, Riskita. 2020. Wajib Tau Undang-undang Perdagangan Online Soal Transaksi Online Bisnis dan E-commerce. <https://store.sirclo.com/blog/undang-undang-perdagangan-online/>.
- Arifin, Zainal., Muhammad Iqbal. 2020. Perlindungan Hukum terhadap Merek yang Terdaftar. Jurnal IUS Contituendum 5 (1): 47-65.

- Betlehn, Andrew. (2018). Upaya Perlindungan Hukum Terhadap Merek Indutri UMKM Di Indonesia. Jurnal Law And Justine 3(1): 3-11.
- Irfandi. 2022. Tips Membuat Foto Produk Profesional dengan Smartphone. 5 (7): 1-11.
- Karina, Rahmadia Maudy Putri. 2019. Perlindungan Hukum Bagi Pemegang Hak Merek Dagang Ikea atas Penghapusan Merek Dagang. Jurnal Pembngunan Hukum Indonesia 1 (2):194-212.
- Suhargon, R. 2019. Analisa Hukum terhadap Pentingnya Pendaftaran Hak Merek Dagang Bagi UMKM dalam Rangka Meningkatkan Perekonomian Rakyat. Jurnal Ilmiah Muqodimah 3 (2): 67-73.

