

Penggunaan Aplikasi Shopee dan Facebook dalam Meningkatkan Pemasaran Produk Borondong Manis di Desa Laksana

Ami Yuningsih¹, Ichsan Firmansyah², Wanda Nurazizah Balqis³.

¹ Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, UIN Sunan Gunung Djati Bandung;

e-mail: amidramadhan19@gmail.com

² Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, UIN Sunan Gunung Djati Bandung;

e-mail: firmaryahichsan8@gmail.com

³ Pendidikan Bahasa Arab, Fakultas Tabiyah dan Keguruan, UIN Sunan Gunung Djati Bandung;

e-mail: nurazizahbalqis25@gmail.com

Abstrak

Teknologi menjadi bagian yang penting dalam kehidupan manusia, teknologi yang berkembang di dunia juga berdampak besar pada bidang Ekonomi contohnya dengan adanya berbagai aplikasi marketplace dan online shop. Namun pada daerah tertentu masih banyak para pengusaha yang kurang memahami teknologi saat ini, sehingga pemasaran dan penjualan produknya rendah karena hanya dilakukan secara offline, salah satunya adalah pengrajin borondong manis di desa Laksana Kecamatan Ibum Kabupaten Bandung. Pengabdian ini bertujuan untuk Memperluas strategi pemasaran dan meningkatkan penjualan Borondong Manis dengan memaksimalkan teknologi informasi yaitu aplikasi shopee dan facebook, dengan menggunakan metodologi pengabdian yang mencakup empat tahap yaitu indentifikasi masalah, persiapan strategi pemasaran berbasis teknologi informasi, launching produk dan evaluasi. Dengan dilakukannya branding dan pemasaran terhadap borondong manis Padi Mekar melalui penggunaan aplikasi shopee dan facebook ini bisa menarik perhatian pengrajin borondong lainnya serta meningkatkan pemasaran dan penjualan produk borondong manis di desa Laksana.

Kata Kunci: Aplikasi, Pemasaran, Borondong Manis.

Abstract

Technology is an important part of human life, technology that is developing in the world also has a major impact on the economy, for example with the existence of various marketplace applications and online shops. However, in certain areas there are still many entrepreneurs who do not understand current technology, so that marketing and sales of their products are low because they are only done offline, one of which is a borondong manis craftsman in Laksana village, Ibum district, Bandung regency. This service aims to expand marketing strategies and increase sales of Borondong Manis by maximizing information technology, namely shopee and facebook applications, using a service methodology that includes four stages, namely problem identification, preparation of information

technology-based marketing strategies, product launching and evaluation. By doing branding and marketing of sweet borondong Padi Mekar through the use of shopee and facebook applications, it can attract the attention of other borondong craftsmen and increase marketing and sales of borondong manis products in Laksana village.

Keywords: *Application, Marketing, Borondong Manis.*

A. PENDAHULUAN

Pada saat ini tidak dipungkiri bahwasannya teknologi menjadi bagian yang penting dalam kehidupan manusia bahkan tidak dapat dipisahkan, karena seiring berjalannya zaman yang semakin berkembang, teknologi juga berkembang dengan begitu pesat. Teknologi yang berkembang di dunia tidak hanya berdampak besar pada bidang informasi, pendidikan atau industri saja melainkan juga pada bidang Ekonomi contohnya adalah dengan adanya berbagai aplikasi market place dan online shop.

Marketplace adalah aplikasi atau website berupa pasar online yang menghubungkan antara seorang penjual dengan pembeli untuk melakukan transaksi belanja yang aman dan mudah. Marketplace sebenarnya memiliki konsep yang mirip dengan pasar tradisional. Pada dasarnya, marketplace menyediakan tempat bagi mereka yang ingin berjualan di website mereka. Kemudian pihak marketplace akan memunculkan barang jualan itu ketika ada calon pembeli yang melakukan pencarian. Jika si calon pembeli memang mau membeli barangnya, mereka bisa melakukan pembayaran melalui marketplace itu sendiri, contoh marketplace berbasis aplikasi yang sedang ramai di masyarakat adalah Shopee.

Online Shop adalah toko online yang menjual barang melalui website atau sosial media. Seperti yang bisa kita lihat dari namanya, online shop mengacu pada berbagai toko yang ada pada platform online. Pada dasarnya, online shop adalah tempat dimana terjadinya suatu transaksi penjualan barang atau jasa di internet. Online shop tidak harus ada pada website saja. Contohnya adalah facebook.

Penggunaan marketplace dan online shop seperti shopee dan facebook pada saat ini memang sangat banyak diminati oleh masyarakat karena memiliki beberapa keunggulan dibandingkan dengan pemasaran konvensional karena dirasa mudah dalam melakukan transaksi jual beli, transaksi menggunakan shopee atau facebook lebih aman karena tidak menimbulkan kerumunan.

Desa Laksana merupakan salah satu daerah yang terdapat di Kecamatan Ibum Kabupaten Bandung yang mencakup 4 dusun, salah satunya yaitu dusun Garung yang rata-rata penduduknya memiliki mata pencaharian sebagai petani dan pengrajin produk industri rumahan (home industry) Desa Laksana memiliki potensi

besar yakni pusat industri rumahan borondong di Kabupaten Bandung namun belum memiliki manajemen pemasaran yang baik. Salah satunya adalah pengrajin Borondong Manis Padi Mekar di desa Laksana kecamatan Ibun.

borondong manis Padi Mekar merupakan usaha yang bergerak dibidang produksi makanan khas Majalaya yaitu Borondong. Pemasaran borondong manis di desa Laksana ini masih sangat terbatas karena para pengrajin tidak memproduksi borondong setiap hari melainkan hanya pada hari-hari tertentu atau pada saat ada pesanan saja, karena borondong merupakan makanan khas yang biasanya dijadikan oleh-oleh bukan makanan yang biasa setiap hari dikonsumsi sehingga konsumen juga kebanyakan membeli produk pada hari hari tertentu saja. Para pengrajin kebanyakan menjual produknya hanya lewat pengepul sehingga pemasarannya sangat terbatas, permasalahan yang selanjutnya adalah soal tampilan produk yang kurang menarik baik dari kemasan atau logo produk dan belum pernah mencoba menjual produk di marketplace dan online shop.

Para pengrajin borondong saat ini membutuhkan suatu teknologi informasi yang tepat seperti penyuluhan tentang aplikasi shopee dan facebook untuk memperluas pemasaran produk dan mempermudah oranglain ketika ingin membeli produk dari tempat masing- masing. Kurangnya pemahaman peran strategis teknologi informasi terkait pemasaran, hubungan dengan konsumen bahkan pengembangan produk dan layanan diduga sebagai sebab rendahnya pengetahuan mengenai teknologi informasi.

Berdasarkan kondisi di atas, maka dapat diketahui rumusan masalahnya adalah bagaimana strategi pemasaran dan penjualan Borondong Manis Padi Mekar.

Artikel ini dibuat dengan tujuan (1) untuk memenuhi tugas mata kuliah KKN (Kuliah Kerja Nyata); (2) Memperluas strategi pemasaran dan meningkatkan penjualan Borondong Manis dengan memaksimalkan penggunaan teknologi dan informasi

B. METODOLOGI PEMBERDAYAAN

Metode pelaksanaan dilengkapi dengan bagan alir yang menggambarkan rencana jalannya PKM (Pengabdian Kepada Masyarakat). Metode harus menjelaskan secara utuh tahapan penelitian yang jelas, luaran, indikator capaian yang terukur di setiap tahapan. Tahapan kegiatan PKM selengkapnya dapat dilihat pada gambar 1.

1. Identifikasi Masalah

Identifikasi Masalah dilakukan dengan teknik observasi yakni teknik melihat dan mengamati perubahan dari fenomena sosial yang tengah berkembang dan

tumbuh (Margono: 2007). Permasalahan yang mendasari adanya kegiatan PKM ini adalah perubahan perilaku konsumen yang lebih memilih untuk melakukan transaksi melalui marketplace dan online shop pada masa pandemi Covid-19. Hal tersebut yang mendasari diperlukannya memberikan penyuluhan kepada salah satu pengrajin borondong di Desa Laksana terkait penggunaan teknologi sebagai media pemasaran.

2. Persiapan Strategi Pemasaran Berbasis Teknologi Informasi

Setelah melakukan identifikasi masalah selanjutnya menyusun persiapan terkait apa saja yang diperlukan pada saat melakukan strategi pemasaran berbasis teknologi informasi. Seperti memperbarui logo, membuat akun shopee dan facebook, membuat pamflet, dan membuat video serta foto produk dengan berbagai ukuran agar menarik minat para konsumen.

3. Launching produk borondong manis padi mekar

Melakukan launching produk di akun shopee dan facebook yang telah dibuat sebelumnya, lalu menyebar pamflet yang telah buat secara serentak di berbagai akun media sosial para peserta KKN Desa Laksana.

4. Evaluasi

Setelah melakukan launching produk di shopee dan facebook maka kegiatan ini dikatakan berhasil apabila dapat meningkatkan penjualan yang dibuktikan dengan adanya produk yang terjual pada salah satu akun yang telah dibuat.

C. PELAKSANAAN KEGIATAN

Kegiatan pemberdayaan pengrajin borondong ini dimulai pada tanggal 13 agustus 2021 sampai dengan tanggal 26 agustus 2021. Pelaksanaan kegiatan ini diawali dengan melakukan observasi dan survei ke tempat pengrajin borondong manis padi mekar majalaya yang tepatnya berada di kampung garung desa laksana kecamatan ibun dan kami melakukan observasi serta mengajukan beberapa pertanyaan kepada pengrajin borondong tersebut dan hasil dari wawancara tersebut diketahui bahwa terdapat beberapa permasalahan dan harapan yang ingin dicapai oleh borondong manis padi mekar seperti masih kurangnya pemanfaatan teknologi dalam melakukan pemasaran dan label produk yang dapat dikatakan kurang mengikuti perkembangan zaman.

Kemudian langkah selanjutnya setelah melakukan observasi kami dari tim borondong manis padi mekar melakukan persiapan untuk membuat suatu inovasi

khususnya dalam hal pemasaran. Hal yang kita persiapkan untuk membuat strategi pemasaran dalam bidang teknologi yaitu melakukan fotoshoot agar memperindah tampilan foto yang akan di upload dan dapat menarik konsumen, membuat pamflet pemasaran yang akan disebar untuk menjangkau pembeli lainnya, memperbarui label produk dan yang terakhir adalah pembuatan akun shopee dan facebook sebagai media pemasaran.



Gambar 2. Kegiatan photoshoot produk borondon

Kemudian langkah yang terakhir setelah melakukan persiapan adalah melakukan launching produk di akun shopee dan facebook dengan label yang telah diperbarui dan pamflet yang disebar secara serentak di media sosial para peserta KKN Desa Laksana.



Gambar 3. Launching produk



Gambar 4. Pamphlet promosi atau pemasaran produk

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Laksana merupakan salah satu Desa yang berada di wilayah Kecamatan Ibum, Kabupaten Bandung. Terdapat 13 RW di ruang lingkup Desa laksana ini yang lokasi setiap RW nya tersebar dan jaraknya berjauhan. Desa Laksana juga termasuk desa yang memiliki banyak potensi, salah satu potensi unggulan Desa Laksana ialah berupa pakaian bayi, domba tangkas, dan pengrajin borondong.

Dan salah satu yang menjadi daya tarik kami untuk lebih tau dan memahami salah satu potensi yang ada yaitu mengenai pengrajin borondong. Terdapat banyak pengrajin borondong di Desa Laksana yang tersebar di beberapa RW. Ada yang sudah maju dan ada pula yang belum maju.

Kondisi para pengrajin borondong manis di Desa Laksana jika dilihat secara keseluruhan itu memang ada yang sudah cukup maju dalam usahanya dan ada juga yang sama sekali kesulitan dalam penjualan borondong. Di pengrajin lain pembuatan borondong dilakukan setiap hari, karena pasti selalu ada pesanan. Sedangkan di pengrajin borondong yang berada di wilayah Garung ini tidak melakukan pembuatan borondong setiap hari. Bahkan pembuatannya itu bisa seminggu sekali atau dua minggu sekali tergantung pesanan yang masuk. Dibandingkan dengan pengrajin lain yang terbilang sudah cukup maju, borondong Padi Mekar Ibu Oceh ini berada di belakang para pengrajin-pengrajin yang sudah cukup maju tersebut. yang menjadi faktor tingkat pesanan yang rendah pada borondong Padi Mekar ini ialah lokasinya yang berada di atas yang agak sulit untuk mengaksesnya dan jauh dari Desa, sehingga sedikit orang yang tau. Tetapi soal rasa borondong Padi Mekar ini terbilang sudah terkenal dalam hal rasa, karena rasa manis pada borondongnya yang pas dan komposisi yang lainnya pun pas sehingga sangat lezat untuk dikonsumsi.

Yang menjadi permasalahan dalam usaha borondong manis Padi Mekar ialah dalam segi pemasarannya. Hal tersebut tentunya sangat berpengaruh terhadap

pendapatan yang diraih oleh pengrajin, ketika pemasarannya kurang maka pendapatan yang diraih pun akan sangat sedikit. Sehingga menarik perhatian kami para mahasiswa bagaimana bisa membantu serta melakukan pemberdayaan terhadap pengrajin borondong Padi Mekar khususnya.

Dengan memanfaatkan teknologi yang sangat modern ini, kami bisa melakukan pemberdayaan terhadap pengrajin borondong manis di daerah Garung Majalaya dengan menggunakan aplikasi marketplace seperti Shopee dan fitur dalam facebook. Permulaannya kami memperkenalkan bagaimana cara penggunaan aplikasi Shopee dan facebook dalam hal berjualan, lalu kami membantu pengrajin untuk bisa berjualan di aplikasi tersebut.

Setelah melalui banyak tahap seperti, observasi, pembuatan label baru, sosialisasi, pemotretan produk bahkan sampai pembuatan akun dan launching penjualan produk borondong di kedua aplikasi tersebut. Akhirnya sekarang pengrajin borondong yang memiliki merek "Padi mekar" ini sudah memiliki lapak jualan di aplikasi shopee dan facebook, dengan harapan hal tersebut bisa membantu meningkatkan penjualan borondong manis dan bisa membawa borondong manis khas Majalaya ini dikenal oleh seluruh masyarakat di Indonesia.

Dilakukannya branding terhadap produk borondong manis Padi Mekar dengan melalui pembuatan label produk dan photo shoot terhadap semua produk borondong serta dibuat semenarik mungkin. Sehingga menghasilkan satu label baru yang lebih kekinian dan foto produk yang lebih menarik, seperti pada gambar dibawah.



Gambar 5. Label baru



Gambar 6. Hasil photoshoot

Dihitung sejak launching produk borondong di kedua aplikasi tersebut sudah mulai ada orderan masuk dengan pembelian 4 bungkus borondong yang akan di kirim ke daerah Karawang, seperti yang dapat kita lihat pada gambar dibawah ini.



Gambar 7. Pesanan pertama masuk melalui aplikasi shopee

Terdapat dampak ataupun perubahan ketika produk borondong manis ini dijual dengan menggunakan aplikasi. Sebelumnya hanya masyarakat sekitar saja yang bisa dengan mudah mendapatkan borondong ataupun hanya orang yang datang ke Bandung saja. Tetapi kini semua orang bisa mendapatkan borondong dimana saja hanya dengan tinggal memesan dan membuka laman toko borondong manis khas Majalaya Padi Mekar semua orang sudah bisa membelinya tanpa kesulitan.

Termasuk contoh diatas, sudah ada order masuk dari Karawang, yang mungkin saja sebelumnya orang tersebut sulit untuk mendapatkan borondong jika tidak pergi ke Bandung. Tidak hanya bagi masyarakat umum yang diuntungkan, terkhusus bagi pengrajin borondong atau produsennya pun mendapatkan keuntungan yang besar, mulai dari terkenalnya produk borondong manis Padi Mekar ke seluruh orang di Indonesia bahkan tingkat penjualan yang mulai meluas dan meningkat.

Respon dari Bu Cucu selaku pengrajin borondong manis inipun sangat baik dan mendukung program penjualan dengan cara baru yang dilakukan oleh mahasiswa sehingga pengrajin pun merasa diberdayakan dan sudah melekat dalam segi memanfaatkan teknologi yang kini sudah modern.

E. KESIMPULAN

Kondisi Desa Laksana menyimpang banyak potensi di setiap RW nya. Salah satu potensi unggulan Desa Laksana ialah berupa pakaian bayi, domba tangkas, dan pengrajin borondong.

Kondisi para pengrajin borondong manis di Desa Laksana jika dilihat secara keseluruhan itu memang ada yang sudah cukup maju dalam usahanya dan ada juga yang sama sekali kesulitan dalam penjualan borondong. Di pengrajin lain pembuatan borondong dilakukan setiap hari, karena pasti selalu ada pesanan. Sedangkan di pengrajin borondong yang berada di wilayah Garung ini tidak melakukan pembuatan borondong setiap hari. Bahkan pembuatannya itu bisa seminggu sekali atau duaminggu sekali, tergantung dengan pesanan yang masuk.

Pemberdayaan yang dilakukan terhadap pengrajin borondong manis ini dilaksanakan dengan memanfaatkan teknologi modern. Dengan menggunakan dua aplikasi marketplace tersebut kami tingkatkan dalam segi branding dan pemasarannya. Dengan begitu bisa membantu meningkatkan produksi borondong dan meningkatkan pendapatan pengrajin. Sehingga nantinya akan memberikan dampak baik terhadap pengrajin dan borondong itu sendiri.

Dengan dilakukannya branding dan pemasaran terhadap borondong manis Padi Mekar melalui penggunaan aplikasi shopee dan facebook ini bisa menarik perhatian pengrajin borondong lainnya. Sehingga akan lebih banyak lagi pengrajin borondong yang sudah melek akan teknologi. Selain itu juga bisa membantu meningkatkan penjualan produk borondong manis khas Majalaya ini.

Dengan demikian, setelah dilakukan sosialisasi, pengrajin bisa lebih aktif lagi dalam menggunakan kedua aplikasi tersebut demi berlangsungnya penjualan borondong secara nasional.

Dan berbagi pengetahuan tentang penggunaan aplikasi marketplace ke sesama pengrajin borondong di Desa Laksana, sehingga bisa lebih memajukan para pengrajin dan borondong yang sebelumnya sudah kurang dalam segi pemasarannya.

Begitupun bagi pemerintahan desa setempat supaya lebih memperhatikan keadaan masyarakat serta potensi desa yang ada agar bisa dikembangkan supaya lebih bisa bergerak maju. Dan bisa bersaing dengan pengrajin borondong lain bahkan dengan pengrajin makanan yang lainnya.

F. DAFTAR PUSTAKA

- Farki, Ahmad. (2016). Pengaruh online customer dan rating terhadap kepercayaan dan minat pembelian pada online marketplace di Indonesia. Institut Teknologi Sepuluh Nopember.
- Hadi, Antonius Sastria dan Ardhi Khairi. (2020). Pemilihan Strategi Pemasaran di Era digital pada Kelompok Ibu PKK Desa Gadingharjo. *DINAMISIA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* Vol. 4, No. 1 Maret 2020, Hal. 127-132
- Anggoro, Dani. Humisar Hasugian dan Nofiyani. (2020). Implementasi Digital Marketing pada UKM Guna Meningkatkan Pemasaran dan Penjualan Priduk Di Masa Pandemi Covid-19. *JURPIKAT: Jurnal Pengabdian pada Masyarakat* Vol.1 No.3 Desember 2020.
- Irfani, Hadi. Fitri Yeni dan Rika Wahyuni.(2020). Pemanfaatan Digital Marketing sebagai Strategi Pemasaran pada UKM dalam Menghadapi Era Industri 4.0. *JCES (journal of character education society)* Vol 3, No 3, Oktober 2020, hal 651-659.
- Yulianto, Fifit Alfiah, Eka Purnama Harahap, Baiq Aneji Pahad, Andriyanto, Ian An Azhari, Riyan Sindi Sapu.(2015). Analisa Peranan eknologi Internet sebagai Media Transaksi E-commerce dalam MeningkatkanPerkembangan Ekonomi. Seminar Nasional Teknologi Informasi dan Multimedia 2015. STMIK AMIKOM Yogyakarta, 6-8 Februari 2015.

[Chicago Manual of Style 17th edition \(full note\)](#)

INLINE CITATION John L. Campbell and Ove K. Pedersen, "The Varieties of Capitalism and Hybrid Success," *Comparative Political Studies* 40, no. 3 (March 1, 2007): 307–32, <https://doi.org/10.1177/0010414006286542>.

BIBLIOGRAPHY Campbell, John L., and Ove K. Pedersen. "The Varieties of Capitalism and Hybrid Success." *Comparative Political Studies* 40, no. 3 (March 1, 2007): 307–32. <https://doi.org/10.1177/0010414006286542>.