



PEMASARAN SALE PISANG SECARA *ONLINE* SEBAGAI UPAYA PEMULIHAN EKONOMI PASCA GEMPA 2018 DI DESA DANGIANG, KABUPATEN LOMBOK UTARA

Sinta Nur Azizah

Universitas Muhammadiyah Surakarta

ABSTRAK

Peristiwa bencana alam gempa bumi di Lombok pada tahun 2018 masih menyisakan duka dan mengakibatkan masyarakat kehilangan pekerjaan. Gempa bumi yang terjadi menyebabkan kerugian, baik secara materil maupun non-materil. Oleh karena itu perlu dilakukan upaya pemulihan. Salah satu cara yang dapat dilakukan adalah memulihkan aktivitas ekonomi dengan cara mengembangkan inovasi dari potensi lokal masyarakat. Kegiatan pengabdian ini dilakukan dengan tujuan untuk meningkatkan perekonomian masyarakat Desa Dangieng melalui pemasaran berbasis *online*. Hal tersebut berkaca pada kondisi saat ini yaitu pada masa pandemi covid-19. Maka dari itu, peneliti bermaksud untuk membantu memperbaiki metode pemasarannya agar bisa ditularkan ke anggota kelompoknya. Metode yang digunakan oleh peneliti yaitu dengan melakukan observasi, ceramah, dan pendampingan pemasaran produk sale pisang secara online kepada kelompok wanita tani yang ada di Desa Dangieng. Hasil kegiatan ini menunjukkan bahwa dari 9 orang pedagang di KWT dusun tersebut, ada 11% telah berhasil memasarkan produk salenya lewat media online. Media tersebut meliputi : *instagram, facebook, dan whatsapp*. Selain itu masyarakat Desa Dangieng memperoleh keterampilan lain yaitu memotret sale pisang yang menarik dan mampu menjadi alternatif upaya peningkatan ekonomi di masa pandemi. Selain itu, dalam kegiatan ini masyarakat juga diajari melakukan strategi pemasaran secara online yang bertujuan untuk memasarkan produk sale pisang agar dikenali masyarakat luas serta menjadi alternatif dimasa pandemi covid-19. Teknologi yang

digunakan yaitu *google location*, serta media sosial yaitu instagram yang mana bisa terhubung dengan whatsapp.

Kata kunci : pemulihan ekonomi pasca gempa, sale pisang, Desa Dangieng, strategi pemasaran online

1. PENDAHULUAN

Gempa bumi yang mengguncangkan masyarakat Lombok menyisakan duka mendalam. Puncak gempa terjadi pada hari Minggu, 5 Agustus 2018 dengan kekuatan 7 SR, meratakan hampir seluruh rumah hunian dan juga menghilangkan banyak nyawa di Lombok, terutama Lombok Utara. Salah satu desa yang terkena dampak hebat dari gempa adalah Desa Dangieng, Kecamatan Kayangan, Lombok Utara yang memiliki 10 dusun dengan jumlah penduduk 2.813 orang dari 776 KK. Saat ini masyarakat Desa Dangieng masih berusaha bangkit dari keterpurukan.

Pasca gempa pada tahun 2018 silam mengakibatkan kerusakan luar biasa yang mempengaruhi segala aspek kehidupan. Selain memiliki dampak pada aspek psikologi, fisik, sosial, bencana alam ini sangat berpengaruh pada bidang ekonomi daerah. Dalam kondisi ini, sektor perdangan dan industri mengalami dampak terparah. Namun setelah masa pemulihan perekonomian di Desa Dangieng selama kurang lebih 2 tahun, ekonomi masyarakat desa tersebut cukup signifikan peningkatannya. Akan tetapi, mulai pertengahan tahun 2020 Indonesia dilanda bencana pandemi *covid-19* yang mana menjadi penyebab menurunnya pemasaran produk yang digunakan untuk menunjang kehidupan mereka.

Desa Dangieng merupakan salah satu Desa yang terletak di Kecamatan Kayangan Kabupaten Lombok Utara Provinsi Nusa Tenggara Barat, yang sebelumnya Desa Dangieng merupakan salah satu Dusun di Desa Kayangan pada tahun 1967, di tahun 1998 Dusun Dangieng atau masyarakat Dangieng mengajukan pemekaran melalui program transmigrasi lokal yang akhirnya mendapat

persetujuan pemerintah untuk merubah Dusun Dangieng menjadi Desa Dangieng, Desa Dangieng saat ini di pimpin oleh seorang kepala Desa yakni bapak H.M Edy Prayitno.

Perekonomian merupakan faktor yang dapat mempengaruhi kesejahteraan dan kehidupan masyarakat. Di sektor usaha ekonomi produktif, warga Dangieng memiliki banyak sektor usaha ekonomi, usaha UMKM, Pertanian, Perternakan dan lain-lain. Secara umum mata pencaharian penduduk Dangieng adalah petani, perternak serta pedagang, hanya sebagian kecil saja yang menjadi PNS dan tenaga honorer, sebagian lagi menekuni bidang usaha seperti kios, warung makan, bengkel, serta tukang cukur rambut. Masyarakat Desa Dangieng memanfaatkan potensi pertanian untuk mengembangkan perekonomian mereka dikarenakan tidak adanya potensi pariwisata di wilayah tersebut, hasil yang dimiliki Desa Dangieng meliputi tembakau, kacang-kacangan, sayur-sayuran dan buah-buahan.

Saat ini jumlah penduduk yang tercatat secara administrasi adalah sebanyak 1223 KK, 3755 jiwa dengan rincian penduduk berjenis kelamin laki-laki berjumlah 1846 jiwa, sedangkan berjenis kelamin perempuan berjumlah 1909 jiwa. Desa Dangieng sebagian besar masyarakatnya bermata pencaharian sebagai petani yaitu sebanyak 728 jiwa, bermata pencarian sebagai Buruh Harian Lepas sebanyak 336 jiwa, Buruh Tani sebanyak 231 jiwa, wiraswasta sebanyak 227 jiwa, Karyawan sebanyak 69 jiwa, guru 29 jiwa, pedagang sebanyak 23 jiwa dan lain-lain. (www.dangieng.lombokutarakab.go.id)

Disektor pertanian dan perkebunan, Desa Dangieng memiliki topografi yang cocok untuk ditanami pisang. Produk tanaman pisang, selain bisa memenuhi kebutuhan masyarakat,

juga sebagai sumber devisa negara melalui kegiatan ekspor. Namun, sangat disayangkan karena komoditas buah pisang masih kurang dimaksimalkan oleh para petani Desa Dangiang. Buah pisang di Desa Dangiang, pada saat ini belum banyak yang diolah menjadi makanan atau olahan yang beranekaragam yang bisa mendatangkan nilai ekonomis yang lebih besar. Akan tetapi hasil olahan yang ada cukup bisa menghidupi keluarga masyarakat setempat yang memanfaatkan buah pisang tersebut menjadi olahan sale pisang.

Program pemberdayaan masyarakat melalui pendekatan kultural mengenai strategi pemasaran sale pisang ini, dirancang sebagai upaya untuk membangkitkan perekonomian di Desa Dangiang di masa pandemi *covid-19*. Selain itu, diharapkan juga dapat mempermudah akses pemesanan serta jangkauan apabila ingin melihat secara langsung ke tempat produksinya.

2. METODE

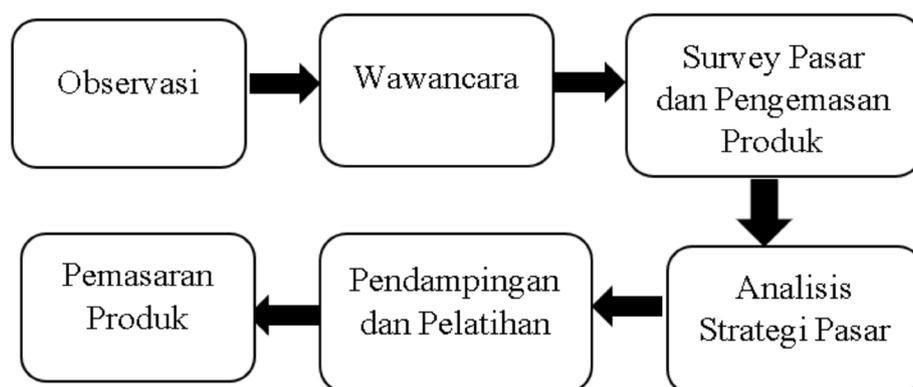
Mekanisme pelaksanaan program pemberdayaan masyarakat ini dilaksanakan melalui program pemberdayaan masyarakat di bidang usaha ekonomi yaitu dengan pendampingan pemasaran sale pisang. Waktunya yang digunakan oleh peneliti yaitu tiga minggu. Metode yang digunakan dalam pelaksanaan program pemasaran sale pisang meliputi observasi; survey pasar dan pengemasan produk; dan strategi pemasaran.

Tahapan yang pertama kali dilakukan yaitu observasi. Penulis melakukan observasi terhadap para pedagang di Desa Dangiang dengan mencari sumber daya alam yang unggul di desa tersebut pula. Observasi dilakukan melalui observasi lapangan serta melakukan konsultasi dengan Kepala Dusun setempat untuk mengetahui peluang usaha, tantangan, bahan baku dan pemasaran yang dimiliki oleh Desa Dangiang.

Selesai observasi, dilanjutkan dengan melakukan proses survey pasar dan pengemasan produk. Survey pasar dilakukan melalui wawancara langsung dengan pembuat sale pisang yang ada di Desa Dangiang tersebut kemudian disingkronkan dengan mendatangi toko-toko yang dititipi untuk menjualkan produk sale pisang tersebut. Selain itu tidak lupa juga mengamati pengemasan produk dari *supplier* yang berbeda-beda. Tahap ini dilakukan dengan tujuan untuk mendapatkan pokok masalah yang dihadapi oleh pembuat sale pisang di Desa Dangiang sehingga dapat membantu mengatasi permasalahan yang ada.

Kemudian pada tahap proses pelaksanaan program, dilaksanakan dengan cara pendampingan ke kelompok wanita tani yang ada di Desa Dangiang yang di fokuskan ke Dusun Dangiang Barat. Pada tahap ini diberikan edukasi bahwa pisang tidak hanya bisa digunakan untuk membuat sale pisang dengan satu rasa *original* saja, akan tetapi bisa dibuat beranekaragam rasa sesuai dengan minat pembeli tujuannya untuk meningkatkan minat pembeli.

Proses pendampingan diajarkan pula mengenai *strategi marketing* yang ditunjukkan kepada pembuat produk sale pisang tersebut. Strategi marketing yang diajarkan yaitu melalui media *online*. Strategi pemasaran *online* atau sering disebut dengan *online marketing strategy* adalah suatu usaha yang dilakukan untuk memasarkan segala jenis produk maupun jasa melalui media sosial atau media internet. Media *online* dipilih karena dirasa lebih efisien dan praktis, apalagi di jaman yang serba digital seperti saat ini maka harus menyesuaikan juga dengan perkembangan jaman. Selain itu dapat mengurangi biaya promosi karena hanya berbekal model produk yang menarik dan kuota untuk mengakses internet. Maka dari itu, diajarkan pula dalam pengambilan foto produk yang estetik guna menghasilkan produk yang menarik.



Gambar 1. Metode program pemasaran sale pisang

2. Hasil dan Pembahasan

Tabel 1. Karakteristik Responden

Nama Kelompok	KWT Bunga Mekar
Pemilik	Ibu Saebah
Anggota	9 orang
Umur Usaha	2,5 tahun
Tingkat Keberhasilan	11%

Program ini dilaksanakan pada tanggal 22 Agustus sampai dengan 11 Oktober 2021. Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti ditemukan dua problem pokok yakni : persoalan pemasaran dan penurunan angka permintaan barang. Observasi ini dilakukan di Dusun Dangi Barat tepatnya di kelompok wanita tani (KWT) Bunga Mekar. Proses pendampingan yang kami lakukan sedikit berbeda dari yang dilakukan oleh kelompok lain berupa seminar-seminar. Solusi yang kami tawarkan terhadap problem UMKM tersebut adalah membuat iklan produk dan membuat label produk baru yang lebih menarik, selain itu kami memberikan pelatihan sederhana cara pengambilan gambar yang baik untuk promosi produk. Untuk persoalan penurunan angka permintaan barang, menurut informasi yang kami terima dari ketua UMKM hal ini disebabkan oleh Pandemi *Covid-19* dan perpanjangan PPKM yang tak kunjung usai.

Oleh karena itu peneliti memaksimalkan pendampingan dalam hal pemasaran cukup untuk menuntaskan problem UMKM tersebut.

Selain melakukan observasi, dilakukan juga proses wawancara. Dalam proses wawancara, peneliti menggali info mengenai UMKM yang ada bisa membangkitkan perekonomian di masa pandemi *covid-19* saat ini. Pada penelitian kali ini peneliti melakukan pendampingan pemasaran online sale pisang yang ada Dusun Dangi Barat, karena dirasa banyak ibu rumah tangga memproduksi sale pisang dan ada salah satu kelompok wanita tani yang pemasarannya sudah cukup bagus. Metode yang kami tekankan yaitu menggunakan media online yang biasa digunakan oleh masyarakat sekitar dan penjual bisa menggunakan aplikasi pemasaran berbasis online tersebut. Media yang digunakan yaitu instagram, facebook, dan whatsapp.



Gambar 2. Proses koordinasi dengan Ketua Kelompok Wanita Tani (KWT) sebelum pelaksanaan program



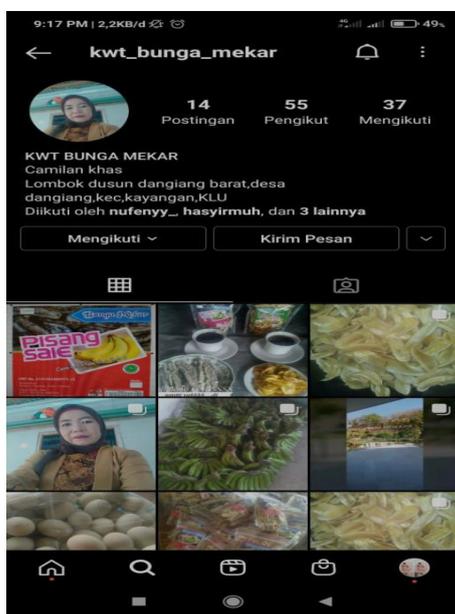
Gambar 3. Proses pelatihan pengambilan foto

Pendampingan awal terkait program ini melalui membantu membuat produk sale pisang yang akan dijual, kemudian memberikan pelatihan bagaimana cara mengambil foto produk yang estetik dan menarik pembeli, serta berdiskusi mengenai potensi Dusun tersebut. Hal tersebut bertujuan untuk mengedukasi masyarakat dalam mengenali potensi alam terbesar di desanya serta mengolahnya dengan maksimal yang bisa menaikkan perekonomian Desa

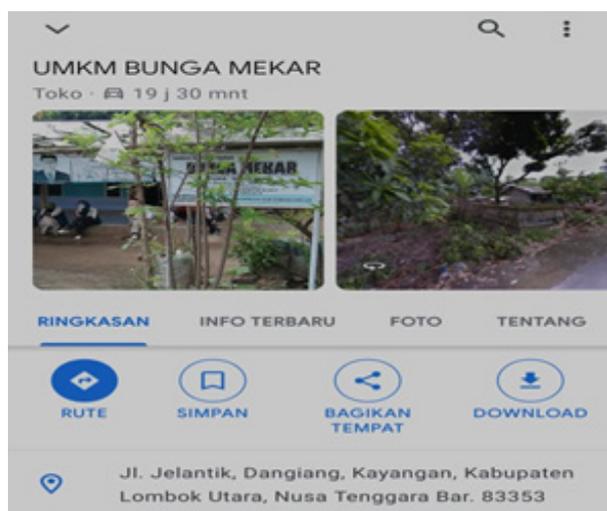
Dangiang. Selain itu, bertujuan juga untuk menciptakan peluang usaha melalui olehan produk lokal yang memiliki ciri khas yang mana kedepannya bisa dijadikan sebagai Desa Wisata UMKM khusus sale pisang. Kegiatan pendampingan ini dilakukan secara berkala yaitu seminggu 3 kali yang diakhiri dengan membuat alamat produksi di *Google Maps*.

Selama kurang lebih 3 pekan pendampingan diberikan kepada kelompok ibu-ibu yang ada di Dusun Dangiang Barat.

Adapun proses dalam pendampingan ini meliputi pengenalan media sosial sebagai tempat mempromosikan produk yang akan dijual. Berawal dari mendaftarkan akun yang digunakan kemudian mengajarkan cara mengaplikasiannya. Kemudian diajarkan pula cara pengambilan foto produk yang estetik dan memiliki daya jual tinggi. Selain itu peneliti juga membantu mendaftarkan alamat tempat produksi sale pisang ke *Google Maps*, yang tujuannya untuk mempermudah pembeli jikalau ingin mengunjungi langsung tempat berproduksinya.



Gambar 4. Akun instagram



Gambar 5. Alamat UMKM KWT

Kebermanfaatannya dari program kegiatan ini adalah untuk mengetahui bahwa adanya produk sale pisang tersebut dapat dijadikan sebagai upaya pemulihan ekonomi pasca gempa dan di masa pandemi *covid-19* di Desa Dangiang. Semula produk ini hanya dikenal di masyarakat sekitar dan toko-toko terdekat, tetapi sekarang bisa dikenal masyarakat luas dan dapat diakses melalui media sosial. Akan tetapi, tidak dipungkiri juga terdapat dampak yang tidak bisa dihindari yaitu banyaknya pesaing yang serupa. Maka dari itu sangat penting dalam menyusun strategi pemasaran yang matang.

3. Ringkas

Melalui pelaksanaan program pendampingan pemasaran sale pisang yang dilaksanakan di Desa Dangiang ini dapat diketahui bahwa kegiatan ini dapat digunakan sebagai salah satu alternatif dalam upaya peningkatan perekonomian dengan memanfaatkan hasil alam yaitu buah pisang yang diolah menjadi sale pisang. Selain memberikan pendampingan pelatihan pemasaran sale pisang, diadakan pula edukasi *strategi online marketing* sale pisang yang akan berguna ke depannya. Sale pisang merupakan peluang bisnis yang menguntungkan di Desa Dangiang. Usaha ini memiliki peluang yang cukup besar dikarenakan banyaknya pohon pisang yang tumbuh subur di pekarangan sekitar masyarakat. Metode yang digunakan dalam pelaksanaan program pendampingan pemasaran sale pisang meliputi persiapan; survey pasar dan pengemasan produk; dan strategi pemasaran. Metode ini digunakan supaya konsep pemasaran produk lebih matang dan siap bersaing dengan produk yang sama dan beredar dipasaran. Kegiatan ini bisa diteruskan dengan menggunakan inovasi yang lebih variatif. Pangsa pasar dari produk ini tidak hanya masyarakat sekitar masyarakat, akan tetapi bisa lebih luas lagi hingga keluar pulau. Hal tersebut bisa dilakukan dengan memaksimalkan pengelolaan media

sosial yang dimiliki. Sehingga pendapatan masyarakat Desa Dangiing juga semakin meningkat pasca bencana yang melanda Desa tersebut.

4. Referensi

Yuli Agustina, dkk. (2020). *Pembuatan Kripik Kelapa Sebagai Upaya Pemulihan Ekonomi Pasca Bencana di Kabupaten Lombok Utara*. *Jurnal Karinov* Vol. 3 No. 2 (2020): Mei.

www.dangiing.lombokutarakab.go.id

Eskasari, dkk. (2021). *Implementasi Tata Kelola Keuangan Pada Kelompok UMKM yang Dikembangkan Oleh Pimpinan Ranting Pemuda Muhammadiyah (PRPM) Blagung*. <http://journals.ums.ac.id/indeksphp/abdipsikonomi>.

Soni, dkk. (2021). *Peningkatan Kapasitas Dalam Pemasaran Online Bagi Pelaku Usaha Kecil Yang Terdampak Kondisi Pandemi Covid-19*. <http://jurnal.unpad.ac.id/kumawula/index>.