

PENGEMBANGAN POTENSI PRODUK INDUSTRI RUMAHAN MIE KUNING MELALUI SISTEM MULTIMEDIA

Selinna¹, Debby Amellya Zahduki², Jacky³, Desinta Pramesti³, Harlingga Novitasari⁴

Universitas Internasional Batam

Email: selinnalim789@gmail.com, debbyaz02@gmail.com, desintaprm@gmail.com, wsjackyang@gmail.com, herlinggatasa@gmail.com

Abstrak

Modernisasi yang terjadi sesuai dengan zaman yang terus berkembang menuntut masyarakat untuk selalu bisa menyesuaikan diri dan mengikuti setiap perkembangannya. Modernisasi terjadi sangat cepat dan cenderung tidak disadari secara langsung oleh masyarakat. Salah satunya adalah kemajuan dalam bidang teknologi informasi dan komunikasi. Keberadaan teknologi informasi dan komunikasi secara tidak disadari telah menjadi sangat penting dan tidak bisa dilepaskan dari aktivitas masyarakat sehari-harinya. Hal ini menuntut manusia untuk selalu mengikuti perkembangan teknologi, salah satunya dalam sektor bisnis dan ekonomi. Modernisasi yang terjadi sangat berdampak besar bagi industri rumahan yang dijalankan secara konvensional. Hal ini menyebabkan industri rumahan sulit berkembang akibat modernisasi bisnis dalam masyarakat. Inilah yang menjadi perhatian kami dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Dengan menargetkan salah satu pabrik industri rumahan pengolahan mie kuning yaitu Mie QQ untuk memberikan edukasi dan membantu mereka mengenalkan merek dan produk kepada masyarakat luas, serta meningkatkan daya saing secara lebih luas melalui peran produk multimedia serta membangkitkan kecintaan masyarakat sebagai konsumen terhadap produk asli dalam negeri.

Kata Kunci: Produk Dalam Negeri, Multimedia, Industri Rumahan

Abstract

Modernization that occurs in accordance with the times that continue to develop requires people to always be able to adapt and follow any developments. Modernization occurs very quickly and tends not to be realized directly by community. One of them is progress in the field of information and communication technology. The existence of information and communication technology has unconsciously become very important and cannot be separated from people's daily activities. This requires humans to always keep abreast of technology development, one of which is in the business and economic sectors. The modernization that occurred has had a major impact on the conventionally run cottage industry. This makes it difficult for cottage industry to develop due to the modernization of business in society. This is what we pay attention to in community service activities. Targeting one of the home industry factories for processing yellow noodle, Mie QQ, to provide education and help them introduce brands and products to the wider community, as well as increase competitiveness more broadly through the role of multimedia products and arouse people's love as consumers for native product in the country.

Keywords: Domestic Products, Multimedia, Home Industry

PENDAHULUAN

Dunia yang bergerak semakin modern dengan beragam kecanggihan di bidang teknologi informasi dan komunikasi, di mana setiap saatnya manusia tidak bisa

lepas dari keberadaan teknologi dalam aktivitas sehari-harinya. Hal ini menuntut manusia untuk selalu mengikuti perkembangannya. Perkembangan tersebut dibutuhkan untuk mendukung segala bidang

kehidupan dalam masyarakat. Tuntutan akan kecanggihan salah satunya sangat dirasakan dalam bisnis dan ekonomi.

Kecanggihan teknologi mendorong pelaku bisnis untuk menerapkan digital marketing pada bisnisnya. Digital marketing adalah sebuah produk teknologi informasi dimanaberupa kegiatan mempromosikan produk dan atau jasa melalui media internet (Abdurrahman et al., 2020). memanfaatkan internet sebagai media komunikasi dalam memasarkan produk, diharapkan mampu menjangkau pasar yang lebih luas (Sulaksono, 2020). Dengan demikian semakin banyak yang mengetahui dan membeli produk yang ditawarkan.

Namun tidak semua sektor bisnis memahami akan digital marketing seperti bisnis skala kecil ataupun rumahan yang lebih identik kepada masyarakat secara perlahan-lahan dan tepat sasaran.

Setiap daerah memiliki potensi dan caranya sendiri dalam mengenalkan dan memberikan edukasi atau pelatihan kepada industri rumahan konvensional. Mengingat mereka jauh dari kata paham akan teknologi informasi dan komunikasi canggih yang berkembang saat ini. Sehingga membutuhkan penanganan yang berbeda-beda pula. Begitu juga yang terjadi pada kegiatan memajukan industri rumahan yang kami lakukan sebagai tindak lanjut dari kegiatan yang telah dilakukan oleh generasi muda Indonesia di berbagai daerah di Indonesia.

Kegiatan ini bertujuan untuk mengenalkan kepada pihak internal Pabrik Mie QQ mengenai kecanggihan teknologi informasi dan komunikasi saat ini, seperti kecanggihan media sosial dalam mengenalkan produk kepada masyarakat dan melakukan promosi serta pemasaran suatu produk. Selain itu, melalui proyek ini turut membantu pihak internal Mie QQ untuk memulai suatu langkah awal, seperti membuat media sosial, serta membantu untuk mengoperasikan media sosial Mie QQ sementara waktu kemudian nantinya akan diserahkan kepada pihak internal Mie QQ

untuk diolah secara lebih lanjut. Selain itu juga diharapkan dapat menstabilkan penjualan produk tersebut, sehingga diharapkan dapat meningkatkan omset penjualan produk (Hapsoro et al., 2019).

Industri rumahan yang masih sangat konvensional dalam menjalankan kegiatan produksi dan pemasarannya, sangatlah jauh dari kata paham akan teknologi informasi dan komunikasi yang berkembang saat ini. Industri rumahan cenderung dijalankan oleh masyarakat yang cenderung telah berumur, sebagai bagian dari industri turun-temurun oleh anggota keluarganya. Inilah yang menjadi alasan industri rumahan sulit berkembang dalam masyarakat modern saat ini.

Ditambah lagi dengan pihak internal yang mengelola industri rumahan konvensional yang cenderung menjalankan produksi dan pemasaran secara turun-temurun pula. Mengikuti metode produksi dan pemasaran yang telah diwariskan dari anggota keluarganya terdahulu. Ini merupakan wujud dari menolak keluar dari comfort zone (zona nyaman) dalam berbisnis. Ini turut menjadi permasalahan yang melatarbelakangi kegiatan ini sangat diperlukan sebagai edukasi awal menuju industri rumahan yang modern. Dikarenakan dalam melakukan bisnis, tentu diperlukan inovasi dan keberanian untuk keluar dari zona nyaman. Mengambil resiko dengan tujuan membawa pembaharuan dan kemajuan dalam usaha yang dijalankan.

METODE

Industri rumahan, seperti Mie QQ menjadi salah satu contoh industri rumahan yang masih tradisional dalam melakukan produksi dan pemasarannya. Teknologi informasi dan komunikasi terus mengalami perkembangan secara tidak kita sadari setiap harinya dalam masyarakat. Membangkitkan keberanian untuk ingin maju dan motivasi dalam berinovasi membutuhkan proses secara bertahap.

Kegiatan memajukan industri rumahan Mie QQ melalui peran produk

multimedia yang berkembang saat ini membutuhkan metode yang tepat. Dalam hal ini kami memilih metode pendidikan masyarakat. Pendidikan kepada masyarakat adalah sebagai langkah pengenalan, meningkatkan pemahaman dan kesadaran kepada pihak internal yang mengelola industri rumahan Mie QQ mengenai teknologi informasi dan komunikasi yang berkembang saat ini, manfaat yang diperoleh industri rumahan dari adanya dukungan produk multimedia, dan cara pengembangan industri rumahan konvensional menjadi industri rumahan modern dengan memanfaatkan produk multimedia.

Melalui kegiatan ini, kami turut membantu pihak internal Pabrik Mie QQ dalam mengelola akun media sosial khusus Mie QQ sebagai langkah awal mengenalkan kepada masyarakat. Selanjutnya akan diserahkan kepada pihak internal Mie QQ untuk diolah dan ditindaklanjuti dalam hal melakukan pemasaran dan promosi produk kepada masyarakat Indonesia sebagai konsumen secara luas, selain konsumen lokal.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini berjudul “Pengembangan Potensi Produk Industri Rumahan Mie Kuning melalui Sistem Multimedia” yang dilaksanakan di Taman Kota Baloi Bok F5, No. 65, Pabrik Mie QQ. Implementasi dilaksanakan 7 Juni 2021 – 21 Juli 2021 (termasuk persiapan dan pelaksanaan kegiatan PKM). Dalam durasi kurang lebih dua bulan kami melakukan sejumlah persiapan. Mulai dari kegiatan perencanaan kegiatan, hingga pada kegiatan pelaksanaan kegiatan itu sendiri. Namun dikarenakan kondisi pandemi Covid-19 yang tengah melanda Indonesia dan adanya indikasi peningkatan angka penderita Covid-19 menyebabkan kami membatasi kegiatan tatap muka secara langsung baik antar anggota maupun dengan pihak mitra, yaitu Pabrik Mie QQ.

Dimulai dengan tahap persiapan, berupa penetapan mitra, yaitu Pabrik Mie QQ yang akan diajak kerjasama dalam

proyek pengabdian kepada masyarakat, mencari tahu informasi seputar seberapa kenal dan paham mengenai teknologi kepada pihak internal Pabrik Mie QQ, menetapkan proyek yang akan kami jalankan pada Pabrik Mie QQ, dan menentukan waktu pelaksanaan dari proyek tersebut.

Tahapan selanjutnya adalah tahap pelaksanaan. Dalam tahap ini, direncanakan akan ada observasi lapangan ke Pabrik Mie QQ dan melakukan Wawancara (interview) yaitu metode yang dilakukan dengan cara tanya jawab secara langsung kepada pihak-pihak yang dianggap bisa memberikan informasi atau data yang diperlukan dalam penelitian (Akbar et al., 2019) oleh salah satu anggota kelompok kami yang juga merupakan kerabat dari pihak internal Pabrik Mie QQ.

Wawancara semula direncanakan akan dilaksanakan secara tatap muka secara langsung ke lokasi Pabrik Mie QQ. Namun melihat perkembangan pandemi Covid-19 yang tidak menunjukkan kelonggaran, dan cenderung mengalami peningkatan, kami memutuskan untuk melaksanakan wawancara secara online. Teknik wawancara ini dilakukan dengan memanfaatkan platform pesan singkat dan juga telepon melalui aplikasi pesan Whatsapp. Terkait dengan data berupa dokumentasi, kami memilih foto-foto seputar keadaan pabrik dalam melakukan proses produksi. Dokumentasi tersebut diperoleh dari dokumentasi pribadi yang dilakukan oleh internal Pabrik Mie QQ, yang atas kesediaan pihak internal Mie QQ yang kemudian foto itu dikirimkan kepada kami untuk nantinya digunakan dalam keperluan desain poster sosial media dan pembuatan laporan.

Selain itu juga terdapat edukasi singkat kepada internal Pabrik Mie QQ mengenai teknologi informasi dan komunikasi serta sistem multimedia. Hal ini dilakukan sebagai bentuk pelaksanaan dari metode pendidikan kepada masyarakat, berupa kegiatan penyuluhan kepada pihak terkait. Dalam hal ini, pihak terkait yang dimaksud adalah pihak internal Mie QQ.

Tahapan pelaksanaan ini juga akan ada pembuatan akun media sosial khusus Mie QQ sebagai produk yang dihasilkan dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini. Adanya media sosial ini untuk mengenalkan merek Mie QQ sekaligus produk Mie QQ kepada masyarakat Indonesia sebagai konsumen. Selain itu, dalam kegiatan ini kami turut melakukan pendesainan logo baru Mie QQ yang akan digunakan sebagai identitas merek Mie QQ di akun sosial media khusus Mie QQ, mendesain video pengenalan produk Mie QQ kepada masyarakat Indonesia, serta sejumlah poster digital yang akan ditampilkan pada laman akun media sosial Mie QQ.

Setelah menjalankan kegiatan yang menjadi target kami dalam proyek pengabdian kepada masyarakat ini, maka masuklah dalam tahap penilaian. Pada tahap ini akan dilakukan penilaian dari implementasi yang telah dilakukan sebelumnya. Mengenai akun media sosial yang telah dibuat serta impresi dari masyarakat dengan adanya media sosial Mie QQ.

Melalui penilaian tersebutlah dimuatkan ke dalam tahap pelaporan hasil implementasi proyek pengabdian kepada masyarakat yang telah kami lakukan kepada Pabrik Mie QQ. Mengenai hasil akhir dari implementasi kami, dan respon pihak internal dan masyarakat umum terkait hasil dari implementasi yang telah dilakukan.

PEMBAHASAN

Kegiatan ini dilaksanakan di Taman Kota Baloi Blok F5, No. 65, Pabrik Mie QQ dalam kurun waktu kurang lebih dua bulan, yaitu mulai dari tanggal 7 Juni 2021– 21 Juli 2021. Dalam pelaksanaan proyek ini, melibatkan kami selaku anggota kelompok yang merencanakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dan pula perwakilan pihak internal Mie QQ.

Pabrik Mie QQ yang merupakan industri rumahan yang diolah oleh Salim bersama dengan anggota keluarganya ini cenderung bersifat konvensional. Situasi

pandemic Covid-19 di Kota Batam yang tergolong parah dalam beberapa pekan terakhir menyebabkan terhambatnya kami dalam memperoleh informasi secara langsung dari internal Pabrik Mie QQ. Hal ini dikarenakan kami tidak diperbolehkan untuk hadir secara langsung melakukan observasi ke Pabrik Mie QQ, guna menjaga kesehatan, kenyamanan, dan kehygienisan dari pengolahan produk Mie QQ itu sendiri. Sehingga sebagai langkah mengantisipasi kondisi tersebut, kami memutuskan untuk menggunakan teknik pengumpulan data melalui wawancara singkat dan juga dokumentasi dari pihak internal Pabrik Mie QQ.

Luaran yang dicapai dari proyek ini berupa mewujudkan akun media sosial khusus Pabrik Mie QQ dalam mengenalkan merek Mie QQ dan produknya kepada masyarakat, serta sebagai tempat untuk memberikan informasi dan promosi terkait produk-produk Mie QQ. Dimulai dengan pengenalan mengenai multimedia, seperti media sosial kepada pihak internal Pabrik Mie QQ, serta cara mengoperasikan sosial media tersebut secara berkelanjutan. Melalui sosial media yang kami mengenalkan kepada internal Pabrik Mie QQ sebagai langkah dalam menaikkan daya saing dan penjualan dari produk yang dihasilkan oleh Pabrik Mie QQ.

Pembuatan media sosial ini memperoleh impresi yang baik dari masyarakat Indonesia sebagai konsumen dan juga sebagai pengguna sosial media. Salah satu buktinya adalah adanya kenaikan jumlah pengikut akun sosial media khusus Mie QQ. Dalam waktu seminggu setelah pembuatan akun media sosial, terlihat ada kisaran 20-an orang yang mulai mengikuti akun sosial media Mie QQ. Berdasarkan observasi yang kami lakukan, pengikut akun sosial media Mie QQ didominasi oleh masyarakat dengan rentang usia 20- an hingga 40-an tahun dan dengan latar belakang domisili dari berbagai wilayah di Indonesia. Rentang usia ini adalah rentang usia yang paham akan adanya

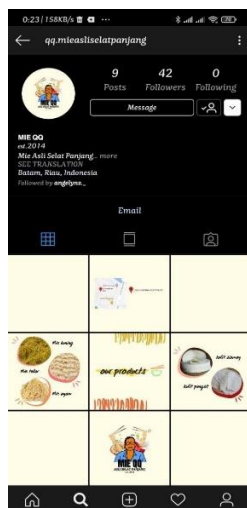
perkembangan teknologi informasi dan komunikasi saat ini.

Melalui impresi baik dari masyarakat Indonesia sebagai konsumen modern ini, menunjukkan bahwa merek Mie QQ diterima baik dalam masyarakat modern saat ini sebagai produk mie asli Selat Panjang, yang merupakan produk khas dalam negeri yang patut didukung dan dikembangkan keberadaannya.

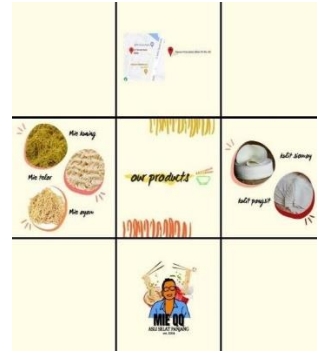
Peningkatan jumlah pengikut terus bertambah dengan adanya pengenalan dan promosi produk yang kami lakukan di laman akun sosial media Mie QQ. Pengenalan yang kami dimaksudkan adalah dengan mengunggah sejumlah poster digital yang berisi seputar informasi lokasi dan produk yang disediakan di Pabrik Mie QQ. Dilengkapi dengan desain dan dokumentasi yang kreatif dengan maksud agar mampu menarik minat dan perhatian masyarakat.



Gambar 1. Logo baru untuk Mie QQ

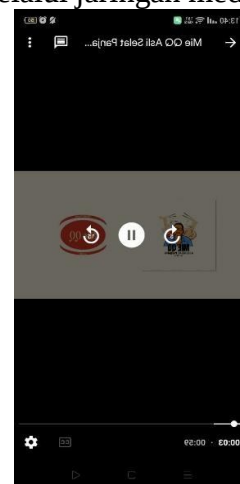


Gambar 2. Akun sosial media (Instagram) Mie QQ



Gambar 3. Poster informasi Mie QQ

Selain media sosial yang membantu masyarakat lebih mengenal seputar Pabrik Mie QQ dan produk-produknya, melalui kegiatan ini turut mendesain sebuah video singkat data diri yang mengenalkan Pabrik Mie QQ secara sederhana. Video ini berisi kumpulan dokumentasi yang kami peroleh dari pihak internal Pabrik Mie QQ dengan tambahan informasi seputar pabrik Mie QQ. Produk multimedia dalam bentuk video ini dipilih dikarenakan media video cenderung lebih interaktif dan menarik ketika dilihat oleh siapapun. Keberadaan video ini adalah sebagai data diri digital Mie QQ agar lebih dikenal oleh masyarakat Indonesia secara lebih luas melalui jaringan media sosial.



Lampiran 1. Video company profile Mie QQ.

Lampiran dapat dilihat melalui link berikut: https://drive.google.com/file/d/1v8SRswSr2zb5NQSDdocjec-CmUZ_VHAs/view?usp=drivesdk. Keunggulan dari kegiatan ini adalah membantu pabrik Mie QQ meningkatkan

wawasan untuk memanfaatkan teknologi sebagai media pemasaran sehingga mampu memperluas daya saing dan meningkatkan angka penjualan produk di masa pandemi ini dan dapat meminimalisir resiko bertambahnya kasus Covid-19 karena masyarakat dapat mengakses, mencari informasi, dan membeli produk Mie QQ melalui sosial media. Sebagai konsumen dan juga generasi muda Indonesia, keberadaan kegiatan ini menjadi salah satu cara dalam menghargai dan mencintai produk dalam negeri, terutama produk khas dari berbagai daerah di Indonesia. Terutama di masa modern seperti saat ini, di mana kecanggihan teknologi yang berkembang menyebabkan banyaknya budaya asing yang masuk ke Indonesia secara tidak disadari dan tidak terkendali yang mengakibatkan generasi muda Indonesia cenderung lebih mencintai budaya luar. Dengan kegiatan ini turut membangunkan kembali semangat untuk mengekskiskan dan mencintai produk dalam negeri. Secara akademik, keberadaan kegiatan ini membantu kami sebagai mahasiswa untuk berkembang membentuk kualitas karakter kebangsaan yang sadar akan hak dan kewajiban sebagai warga Negara Kesatuan Republik Indonesia dan mengembangkan kualitas dan relevansi kegiatan akademik dengan memberikan kontribusi melalui keilmuan yang dimiliki di dalam kehidupan nyata bermasyarakat dalam bentuk pengabdian kepada masyarakat.

Kekurangan dari kegiatan ini adalah dikarenakan kondisi pandemi Covid-19 yang melanda Indonesia, terutama di wilayah Kepulauan Riau, Kota Batam yang mengalami peningkatan masyarakat yang terjangkit virus Covid-19 yang cukup signifikan, menyebabkan mitra, yaitu Pabrik Mie QQ merasa keberatan atas adanya kunjungan langsung ke Pabrik Mie QQ. Hal ini mengharuskan kami untuk membatalkannya dan mengganti metode pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini dalam bentuk virtual.

Keputusan yang diambil oleh pihak internal Mie QQ adalah bagian dari menjaga

kehigienisan proses produksi Mie QQ. Inilah yang menjadi suatu kekurangan sempurna dalam pelaksanaan proyek pengabdian masyarakat yang kami laksanakan. Terkait kekurangan dari luaran yang dilaksanakan dalam hal ini adalah sedikit kendala mengenai tingkat pemahaman pihak internal Mie QQ yang masih kurang dan cenderung lambat, dikarenakan pihak internal yang telah berusia lanjut dan keterbatasan interaksi antara kami sebagai pihak pelaksana dengan pihak Mie QQ sebagai mitra dalam proyek kami ini.

SIMPULAN

Hasil dari kegiatan pengabdian yang dilaksanakan selama mata kuliah kewarganegaraan berlangsung dengan Mie QQ sebagai mitra ini ialah meningkatkan perkembangan dengan memberi ilmu pengetahuan dan kemampuan kepada pihak mitra dalam mengelola teknologi informasi dan alat komunikasi berupa informasi yang berkembang saat ini yaitu lewat media sosial sebagai media promosi sehingga menaikkan eksistensi dan daya saing dalam masyarakat, akun media sosial Mie QQ yakni akun Instagram dengan nama akun @qq.mieasliselatpanjang, dalam beberapa hari dapat terlihat respon yang sangat baik dari masyarakat. Di mana masyarakat mulai mengikuti akun media sosial Mie QQ dan mendapatkan informasi tentang Mie QQ.

Terima kasih kepada Universitas Internasional Batam yang telah menyelenggarakan program pembelajaran mata kuliah Pendidikan Kewarganegaraan, dengan project ini, kami sebagai mahasiswa dapat belajar untuk memperkuat keahlian professional, perilaku baik dan keterampilan interpersonal mahasiswa dalam kehidupan bermasyarakat, dan juga mengingatkan kepada seluruh mahasiswa UIB untuk tetap melaksanakan protokol kesehatan dalam menjalankan tugas proyek ini dengan harapan supaya tidak adanya terjadi penambahan kasus di pandemi Covid ini dan proyek yang dijalani juga dapat berjalan dengan lancar. Terima kasih juga kepada

dosen pembimbing yaitu Supriyanto, S. E., M. M. yang telah membimbing kami selaku anggota kelompok 3 dari kelas 2GAMN dalam menjalankan proyek. Serta tidak lupa juga terima kasih kepada pihak internal Mie QQ yang mendukung kegiatan ini dengan cara mengizinkan kami untuk bekerja sama untuk menjalankan kegiatan ini, dan memberikan informasi-informasi yang kami butuhkan dengan guna memperlancar implementasi kegiatan ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, G., Oktavianto, H., Habibie, E. Y., & Wahyu, A. (2020). Pelatihan Digital Marketing Pada UMKM Sebagai Penunjang Kegiatan. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Management*, 1(2), 88–92.
- Akbar, M., Budianto, E., & Doloksaribu, B. (2019). Penentuan Besarnya Tarif Angkutan Dalam Kota (Angkot) dengan Metode BOK. *Musamus Journal of Civil Engineering*, 1(2), 12–15.
<https://ejournal.unmus.ac.id/index.php/civil/article/view/2037>
- Aulia*, R., Dahriansah, & M1, Y. A. (2021). Pemanfaatan media sosial untuk sarana promosi dan penjualan produk umkm. 1(1), 41–46.
- Hapsoro, B. B., Palupiningdyah, & Slamet, A. (2019). Peran Digital Marketing sebagai Upaya Peningkatan Omset. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 23(2), 117–120.
- Sulaksono, J. (2020). Peranan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (Umk) Desa Tales Kabupaten Kediri. *Generation Journal*, 4(1), 41–47.
<https://doi.org/10.29407/gj.v4i1.13906>