

Original Research Paper

## Sosialisasi Pemanfaatan Media Sosial dalam Penjualan Batu Bata Merah untuk Meningkatkan Penjualan Masyarakat di Desa Lenek Ramban Biak

Immy Suci Rohyani<sup>1</sup>, Amir Manggala P<sup>2</sup>, Rihah Hayati<sup>2</sup>, Sonia Fahira<sup>2</sup>, Wiwik Indrawati<sup>2</sup>, Debi Jihan Umaira M<sup>3</sup>, Doni Kusuma W. N<sup>1</sup>., Dwi Rahayu Lestari<sup>5</sup>, Hidayatulloh<sup>4</sup>, Safera Ourlita S<sup>5</sup>, Samsul Hadi<sup>6</sup>

<sup>1</sup>Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam, Universitas Mataram, Mataram, Indonesia.

<sup>2</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mataram, Mataram, Indonesia.

<sup>3</sup>Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Mataram, Mataram, Indonesia.

<sup>4</sup>Fakultas Pertanian, Universitas Mataram, Mataram, Indonesia.

<sup>5</sup>Fakultas Teknik, Universitas Mataram, Mataram, Indonesia.

<sup>6</sup>Fakultas Hukum Universitas Mataram, Mataram, Indonesia.

<https://doi.org/10.29303/jpmpi.v5i3.2008>

Sitasi: Rohyani, I. S., Manggala P, A., Hayati, R., Fahira, S., Indrawati, W., Umaira M, D. J., Kusuma, W. N, D., Lestari, D. R., Hodauatulloh, Ourlita S, S & Hadi, S. (2022). Sosialisasi Pemanfaatan Media Sosial dalam Penjualan Batu Bata Merah untuk Meningkatkan Penjualan Masyarakat di Desa Lenek Ramban Biak. *Jurnal Pengabdian Magister Pendidikan IPA*, 5(3)

### Article history

Received: 01 Juni 2022

Revised: 05 Agustus 2022

Accepted: 09 Agustus 2022

\*Corresponding Author: Sonia Fahira, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mataram, Mataram, Indonesia. Email: [soniafahira17@gmail.com](mailto:soniafahira17@gmail.com)

**Abstract:** Batu bata adalah bahan bangunan yang telah lama dikenal dan umum digunakan oleh masyarakat seiring dengan peningkatan jumlah dan laju perkembangan penduduk. Batu bata merupakan material yang terbuat dari tanah liat dengan atau tanpa campuran tambahan (additive) yang melalui beberapa proses dan tahapan. Sistem penjualan atau pemasaran pembuatan batu bata di desa Lenek Ramban Biak masih dilakukan dengan cara yang sederhana yaitu penjualan langsung di lokasi pembuatan, kondisi ini menyebabkan pemasaran batu bata jadi terhambat tidak sebanding dengan jumlah produksi masyarakat. Berdasarkan kondisi tersebut perlu dilakukan upaya pemasaran yang lebih efektif dan efisien sehingga produk lebih dikenal masyarakat salah satunya melalui media social. Langkah awal yang dilakukan oleh tim pengabdian masyarakat adalah sosialisasi kepada masyarakat terkait pemanfaatan media social sebagai wadah untuk pemasaran produk. Hasil yang diperoleh adalah meningkatnya pengetahuan masyarakat dalam pemanfaatan media social untuk promosi dan pemasaran produk, diharapkan semakin dikenalnya produk masyarakat sehingga nilai produk batu bata yang dipasarkan bisa lebih meningkat.

**Keywords:** Sosialisasi; Batu Bata; Media Sosial.

## Pendahuluan

Batu bata merah adalah bahan bangunan yang telah lama dikenal dan umum digunakan oleh masyarakat seiring dengan peningkatan jumlah dan laju perkembangan penduduk. Batu bata merupakan material yang terbuat dari tanah liat dengan atau tanpa campuran tambahan (additive) yang melalui beberapa proses dan tahapan. Proses tersebut meliputi pengeringan dengan cara dijemur dan kemudian dibakar dengan temperature tinggi agar

batu bata mengeras dan tidak hancur jika direndam dalam air. Zeolit dapat digunakan sebagai campuran pada pembuatan batu bata sehingga zeolit tidak terbuang sia-sia, tetapi dapat menambah kekuatan batu bata dengan kualitas yang baik. Batu bata merah merupakan material yang memiliki manfaat batu bata merah sebagai bahan untuk pembuatan dinding rumah. Batu bata merah sebagai pembentuk dinding disukai banyak orang karena kelebihanannya, yaitu daya serap terhadap panas cukup baik sehingga rumah terasa lebih dingin. harga jual bata merah bervariasi, tergantung

kualitas dan kelasnya. Semakin tinggi kualitasnya tentu harganya akan semakin mahal.

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan kegiatan usaha yang mampu memperluas lapangan kerja dan memberikan pelayanan ekonomi yang luas pada masyarakat, dapat berperan dalam proses pemerataan dan meningkatkan pendapatan masyarakat, serta mendorong pertumbuhan ekonomi (Wilandari,2014). UMKM batu bata merah merupakan suatu jenis usaha yang cukup mampu bertahan dari goncangan ekonomi seperti pandemi yang telah dihadapi sebelumnya. Usaha batu bata merah merupakan usaha yang cukup potensial untuk dikembangkan, karena usaha ini telah menciptakan lapangan pekerjaan dan dapat menyerap tenaga kerja di daerah pedesaan dan kota-kota kecil tertentu.

Salah satu daerah pengrajin Batu bata merah adalah Desa Lenek Ramban Biak. Desa Lenek Ramban Biak merupakan salah satu desa yang terletak di Kecamatan Lenek Kabupaten Lombok Timur. Dimana sebagian besar mata pencaharian yang banyak di jalankan oleh masyarakat di Desa Lenek Ramban Biak Kecamatan Lenek Kabupaten Lombok Timur, adalah usaha batu bata merah, yaitu terdapat kurang lebih 40 unit usaha batu bata yang ada dan memiliki jarak yang berdekatan antara satu dengan yang lainnya.

Potensi batu bata merah yang ada di Desa Lenek Ramban Biak telah terkenal hingga ke beberapa daerah seperti daerah Sumbawa hingga Bali. Hal ini dikarenakan kualitas batu bata merah yang terkenal dengan kekuatannya dan proses pembuatannya yang berbeda dari yang lainnya, sehingga masyarakat banyak yang menggunakannya sebagai bahan bangunan seperti pembuatan rumah.

Namun pada saat ini, promosi batu bata merah di Desa Lenek Ramban Biak sendiri masih sangat kurang, hal ini dikarenakan minimnya kesadaran masyarakat akan pentingnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang dapat memudahkan masyarakat lokal untuk mempromosikan batu bata Lenek Ramban Biak pada masyarakat luas. Dengan adanya kesadaran masyarakat dan didukung serta difasilitasi oleh pemerintah desa dapat mendukung majunya usaha pembuatan batu bata merah di Desa Lenek Ramban Biak. Sehingga dapat mendukung kemajuan

perekonomian masyarakat lokal sebagai pengrajin batu bata merah dan mendongkrak perekonomian desa.

Berdasarkan identifikasi masalah yang dilakukan diketahui bahwa permasalahan utama yang dihadapi dalam upaya mempromosikan batu bata merah ini adalah belum maksimalnya peran Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) dalam memfasilitasi usaha pembuatan batu bata merah di Desa Lenek Ramban Biak.

Berkenaan dengan situasi tersebut maka perlu dilakukan optimalisasi peranan dan keberadaan dari Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) untuk membantu mempromosikan usaha batu bata merah melalui media sosial seperti instagram, youtube, facebook dan lain sebagainya.

## Metode

Lama pelaksanaan dari kegiatan pengabdian ini berlangsung selama 45 hari secara langsung di lokasi pengabdian, dimulai dari tanggal 20 Juni 2022 sampai dengan 3 Agustus 2022. Tempat pelaksanaan kegiatan pengabdian berlokasi di Desa Lenek Ramban Biak Kabupaten Lombok Timur.

Kegiatan awal dari pengabdian ini yaitu melakukan survey ke Desa Lenek Ramban Biak sekaligus melakukan pemetaan terhadap kondisi sosial, ekonomi dan budaya serta permasalahan yang sedang dialami oleh masyarakat di Desa Lenek Ramban Biak. Untuk dapat mengetahui pokok permasalahan yang ada dan sedang dihadapi di Desa Lenek Ramban Biak, maka kelompok tim pengabdian melakukan audiensi dengan Kepala Desa dan Sekdes Lenek Ramban Biak, ketua pokdarwis, Bumdes serta tokoh pemuda dan tokoh masyarakat yang ada di Lenek Ramban Biak.

Berdasarkan identifikasi masalah yang ada pada Desa Lenek Ramban Biak, perlu adanya upaya untuk mempromosikan batu bata melalui pemanfaatan media sosial. Pemanfaatan media sosial sebagai alat promosi sangat kurang penggunaannya di kalangan masyarakat, hal ini dikarenakan minimnya pengetahuan masyarakat akan penggunaan media sosial dengan tepat dan kurangnya pelatihan dari pemerintah desa mengenai teknologi dan informasi tepat guna, guna mendukung system penjualan yang modern agar dapat memperkenalkan batu bata merah Lenek

Ramban Biak, sehingga dapat meningkatkan penjualan masyarakat.

Metode yang digunakan untuk identifikasi masalah pemanfaatan media sosial guna mempromosikan batu bata merah adalah dengan terjun langsung pada masyarakat dengan melakukan wawancara, observasi dan dokumentasi. Selain itu untuk mengoptimalkan peran dari BUMDes sebagai wadah pengembangan usaha masyarakat dengan cara mengadakan sosialisasi terkait kewirausahaan dengan pemanfaatan media sosial.

### Hasil dan Pembahasan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dimulai dengan melakukan survey lokasi dan identifikasi untuk mengetahui mata pencaharian dan potensi serta permasalahan yang ada di desa Lenek Ramban Biak. Setelah diketahui mata pencaharian yang digeluti oleh masyarakat setempat dan permasalahan kompleks yang ada pada masyarakat kemudian di susun skala prioritas terkait penyelesaian permasalahan yang dihadapi oleh masyarakat.

Setelah mengetahui potensi yang ada pada masyarakat dan permasalahan yang ada maka dapat disimpulkan bahwa masalah utama yang harus dibenahi dimulai dari bagian pemerintah desa dan pihak pengelola usaha milik desa (BUMDes), untuk meningkatkan kesadaran akan pentingnya kemajuan teknologi semacam sosial media guna mendukung terciptanya wirausaha-wirausaha baru di desa Lenek Ramban Biak dengan memberikan pemahaman dan pelatihan terkait penggunaan media sosial sebagai media berwirausaha khususnya pada pengrajin batu bata merah, sebagai mata pencaharian masyarakat di desa Lenek Ramban Biak, yang mana usaha ini merupakan usaha yang telah lama digeluti oleh masyarakat. Tim pengabdian pada masyarakat mengadakan kegiatan sosialisasi mengenai ecowisata dan kewirausahaan yang mana materi tersebut disampaikan oleh ibu Immy suci rohyani salah seorang dosen dari fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam Universitas Mataram, yang mana beliau sekaligus wirausahawan yang sukses dalam menjalankan usahanya hanya dengan memanfaatkan media sosial sebagai wadah mempromosikan usaha yang dimilikinya. Sosialisasi yang diikuti oleh hampir 40 masyarakat dan pemerintah desa Lenek Ramban

Biak dan pihak BUMDes ini memberikan pengetahuan baru dan semangat pada masyarakat akan pentingnya berwirausaha dan media sosial sebagai wadah berwirausaha.

Kegiatan sosialisasi yang dilakukan pada segenap pemerintah desa, BUMDes dan masyarakat, telah membuka cara pandang baru masyarakat akan penggunaan media sosial secara tepat guna untuk mendukung majunya suatu usaha yang digeluti oleh masyarakat seperti usaha kerajinan batu bata merah. Upaya peningkatan pemahaman dan pengetahuan tersebut kemudian pihak BUMDes dan masyarakat setempat diberikan pelatihan terkait penggunaan media sosial sebagai wadah mempromosikan batu bata merah sebagai mata pencaharian yang mana hampir seluruh masyarakat menggeluti profesi tersebut yaitu dengan cara membuat media sosial semacam instagram, youtube, dan pamphlet sebagai media promosi pada masyarakat luas.

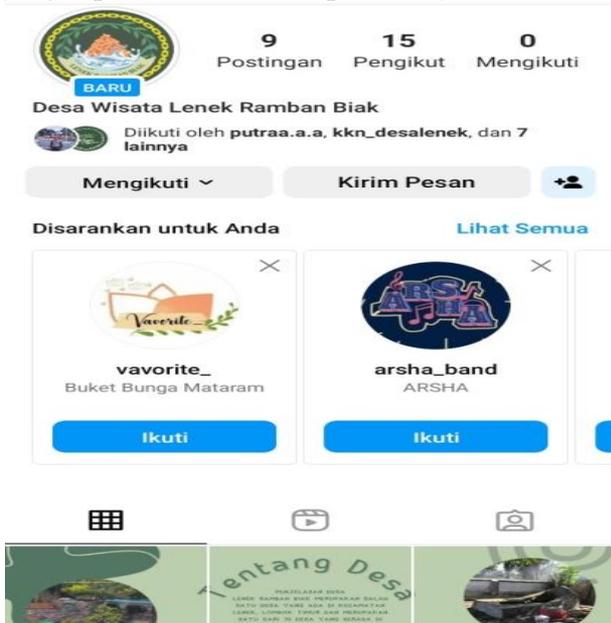
Tim pengabdian masyarakat terjun langsung pada masyarakat yang memiliki usaha batu bata merah untuk melakukan wawancara dan observasi terkait penjualan batu bata merah saat ini. Dari hasil wawancara yang telah dilakukan diketahui bahwa system penjualan batu bata merah ini masih dalam lingkup kecil yang mengetahui adanya kerajinan batu bata merah ini, sehingga tingkat penjualan masyarakat masih disekitar agar dapat mencukupi kebutuhan dapur saja. Hal ini dilatarbelakangi dengan keadaan desa yang masih belum terlalu jauh tersentuh oleh media sosial sehingga banyak masyarakat yang belum begitu paham terkait penggunaan media sosial tersebut.



Gambar 1. Proses Pembuatan batu bata merah

Dari permasalahan tersebut tim pengabdian pada masyarakat mulai memperkenalkan dan memberikan pengetahuan pada masyarakat mengenai pemanfaatan media sosial sebagai media promosi batu bata merah, yang bertujuan untuk meningkatkan penjualan masyarakat sebagai pengrajin batu bata merah.

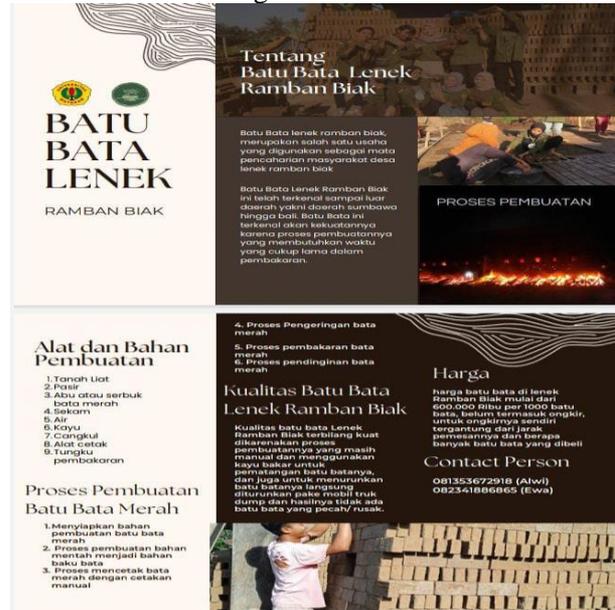
Tim pelaksana kegiatan pengabdian pada masyarakat kemudian memulai langkah awal dengan membantu pihak BUMDes dalam pembuatan media sosial seperti instagram dan video youtube yang berisikan pengenalan desa Lenek Ramban Biak dan proses pembuatan batu bata merah. Proses pembuatan feed instagram dan video ini dimulai dari melakukan survey dan dokumentasi terkait desa dan pembuatan batu bata merah, lalu melakukan diskusi pada pemilik usaha terkait batu bata merah agar dapat dicantumkan pada feed instagram dan video promosi tersebut. Untuk menunjang tercapainya target yang diinginkan yaitu meningkatnya penjualan batu bata merah maka dibuatkan brosur yang berisikan proses pembuatan, bahan, dan kelebihan dari batu bata merah ini, yang bertujuan sebagai media promosi yang dapat disebar luaskan pada masyarakat.



Gambar 2. Media Sosial sebagai branding

Media sosial dan brosur yang telah dicetak kemudian disebarluaskan pada masyarakat, mulai dari masyarakat sekitar, hingga masyarakat luar kota melalui rekan-rekan dan kerabat untuk datang langsung atau mulai mencoba menggunakan batu bata merah Lenek Ramban Biak sebagai bahan

bangunan. Hal ini dikarenakan kekuatan batu bata merah Lenek Ramban Biak yang memiliki keunggulan dalam segi kekuatan dikarenakan proses pembuatannya yang membutuhkan waktu 1 x 24 jam untuk membakarnya sehingga warna dari batu bata merah ini agak sedikit kecoklatan.



Gambar 3. Pamphlet sebagai branding

Dengan adanya media sosial yang mulai dikelola oleh pihak BUMDes, dimana BUMDes sebagai media perantara penjualan batu bata merah ini banyak masyarakat dari beberapa daerah yang mulai melirik dan berkunjung untuk melihat proses pembuatan batu bata merah, selain itu beberapa diantaranya ada yang memesan melalui sosial media dan datang secara langsung untuk memesan dan melihat proses pembuatan batu bata merah tersebut. Sehingga penjualan dari batu bata merah sedikit demi sedikit mengalami peningkatan, yang walaupun belum mencapai titik maksimal, namun setidaknya masyarakat mulai mengenal desa Lenek Ramban Biak dan potensi yang ada didalamnya.

### Kesimpulan

Dari rangkaian kegiatan diatas, dapat disimpulkan bahwa kegiatan ini berjalan dengan baik sesuai dengan harapan melihat respon yang sangat luar biasa dari masyarakat desa lenek ramban biak.

Kegiatan ini juga mampu memberikan edukasi kepada masyarakat yang mana awalnya masyarakat mengaku tidak memiliki pengetahuan

yang cukup terkait kewirausahaan dan penggunaan media sosial sebagai pemasaran batu bata namun dengan adanya sosialisasi dan pelatihan dan memberikan tambahan ilmu yang bermanfaat bagi masyarakat di lenek ramban biak.

### Daftar Pustaka

- Kewirausahaan dan UMKM,  
<https://scholar.google.com>, Yayasan Kita  
Menulis, 2020.
- Jurnal Skripsi, Analisis Bauran Pemasaran  
dalam Usaha Meningkatkan Volume  
Penjualan Batu Bata Merah UD. Salsabila  
Multi Service Pelaihari,  
<https://scholar.google.com>, Riza Fauzan,  
cetakan tahun 2019. Manajemen Pemasaran,  
Farida Yulianti, S.E., M.M.Lamsah, S.E.,  
M.M.
- Periyadi, S.E., M.M  
<https://scholar.google.com>, cetakan tahun  
2019.