



Implementasi Teori Belajar Behavioristik Terhadap UMKM “Bintang Lestari” Dalam Pemasaran Melalui Media Sosial

Implementation Of The Behavioristic Learning Theory Towards MSME “Bintang Lestari” In Marketing Through Social Media

Gusti Putu Devandra Yudhistira ¹, Ugy Soebiantoro ²

^{1,2} UPN “Veteran” Jawa Timur

Email : devandrayudhistir@gmail.com ¹, ugybin@gmail.com ²

Article History:

Received: 15 Mei 2023

Revised: 25 Juni 2023

Accepted: 11 Juli 2023

Keywords: MSMEs, Human Resource, Behavioristic Learning Theory

Abstract: *Repetition and practice are used in Behavioristic learning methods. Group 32 Students of the East Java "Veteran" National Development University in 2023 use this theory to apply marketing knowledge through social media towards "Bintang Lestari" MSME. The ability to introduce businesses and upload products on social media is something that can help MSME achieve good business performance. Prior to receiving assistance, The "Bintang Lestari" MSME only marketed their products conventionally by word of mouth. After mentoring "Bintang Lestari" managed to use Whatsapp Business and Facebook and get orders from these applications.*

Abstrak

Pengulangan dan pelatihan digunakan dalam metode belajar Behavioristik. Dalam hal ini, para Mahasiswa Kelompok 32 Kuliah Kerja Nyata Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur 2023 menggunakan teori tersebut pada UMKM “Bintang Lestari”. Kemampuan untuk mengenalkan usaha serta mengunggah produk di media sosial merupakan hal yang dapat membantu pelaku UMKM mencapai kinerja bisnis yang baik. Pelatihan ini dilakukan dengan pendampingan, praktek, serta evaluasi. Kegiatan ini berhasil menanamkan karakteristik dan meningkatkan kompetensi pelaku usaha, Sebelumnya, UMKM “Bintang Lestari” hanya memasarkan produk secara konvensional mulut ke mulut. Setelah pendampingan, UMKM berhasil memanfaatkan *Whatsapp Business* serta *Facebook* dan mendapat pesanan dari aplikasi.

Kata Kunci: Isi, Format, Artikel.

PENDAHULUAN

Teknologi telah berkembang secara pesat dalam era digital saat ini, melakukan pergerakan dinamis menuju digitalisasi merupakan salah satu upaya yang dapat dilakukan oleh pelaku usaha

*Gusti Putu Devandra Yudhistira, devandrayudhistir@gmail.com

untuk meningkatkan peran strategis dalam berjalannya bisnis. Teknologi digital terbukti memiliki peran yang strategis dalam memberikan produk maupun jasa secara praktis, nyaman, murah, cepat, tepat waktu, hemat, dan padat karya (Ahmad Zafirullah, dkk:2018). Maka dari itu, perlu adanya penyaluran ilmu maupun informasi kepada pelaku UMKM.

UMKM yang ada di Kelurahan Karangtengah, Kota Blitar Sebagian besar belum memanfaatkan media sosial secara maksimal dalam praktek bisnis mereka. Beberapa belum memahami cara memanfaatkan media sosial dalam memasarkan usahanya. UMKM “Bintang Lestari” yang dikelola Ibu Puji Lestari belum mengetahui adanya Whatsapp Business yaitu fitur aplikasi Whatsapp yang lebih profesional dimana pelaku usaha dapat mengunggah produk atau jasa serta informasi lainnya di sana. Pemasaran produk UMKM “Bintang Lestari” yang menjualkan jajanan pasar sebelum adanya penyuluhan mahasiswa KKN hanya dilakukan dari mulut ke mulut.

Kegiatan ini memiliki harapan agar dapat membuka ide baru bagi pelaku UMKM dalam memasarkan produknya dalam era digital. Pemahaman lebih dalam akan diberikan tentang unggahan di media sosial untuk mengenalkan usaha dan produk yang ditawarkan dengan harapan menjangkau lebih banyak calon konsumen. Media sosial yang dimanfaatkan untuk memasarkan produk dan memperkenalkan usaha “Bintang Lestari” adalah Whatsapp Business serta Facebook. Kedua media sosial tersebut dipilih karena merupakan aplikasi yang biasanya digunakan oleh Ibu Puji Lestari selaku pemilik usaha. Kelompok 32 melakukan pendampingan dengan beberapa kali pertemuan serta penyampaian

METODE

Kuliah Kerja Nyata Tematik Kelompok 32 dalam melakukan pengembangan UMKM di Kelurahan Karangtengah, Kecamatan Sananwetan, Kota Blitar menggunakan metode pendampingan usaha. Pendampingan usaha dilakukan dengan tiga tahapan yaitu pengenalan, praktek, dan evaluasi. Pengenalan benefit media sosial dalam berdagang dilakukan dengan mendatangi lokasi usaha Bintang Lestari dan berbicara langsung dengan pemilik usaha. Kelompok 32 memberi pemahaman terhadap Ibu Puji Lestari selaku pemilik UMKM untuk memanfaatkan Whatsapp Business dan Facebook dengan berlandaskan Teori Belajar Behavioristik oleh Gagne dan Berliner.

Teori ini melihat perubahan perilaku sebagai tingkat keberhasilan proses belajar. Penerapan Teori Belajar Behavioristik dalam pendampingan UMKM Bintang Lestari dilakukan dengan

memberikan stimulus berulang berupa latihan dan pengulangan untuk menciptakan kebiasaan dan perubahan perilaku pada pelaku usaha. Menurut Shabhana, et al (2020) salah satu hal yang perlu diperhatikan dalam penerapan teori belajar behavioristik adalah mementingkan pembentukan kebiasaan perilaku melalui latihan dan pengulangan.

Kelompok 32 secara rutin mengadakan pertemuan dengan Ibu Puji Lestari di rumahnya sebagai pendampingan UMKM Bintang Lestari dalam pemasaran digital melalui media sosial. Setiap minggunya Kelompok 32 menentukan hari dan jam dengan Bu Puji untuk bisa bertemu dan membahas mengenai produk yang akan diunggah, desain konten, dan juga narasi konten berupa tulisan pada unggahan. Kegiatan ini dilakukan secara rutin agar Ibu Puji Lestari memiliki kebiasaan mengunggah produknya di media sosial.

HASIL

Implementasi Teori Belajar Behavioristik UMKM “Bintang Lestari” Dalam Pemasaran Melalui Media Sosial dilakukan oleh Kelompok 32 dengan fokus pengembangan selama dua bulan. Selama periode dua bulan tersebut Kelompok 32 tidak hanya mendampingi satu UMKM melainkan dua dengan permasalahan yang berbeda. Menurut Susan (2019), Sumber daya manusia (SDM) adalah individu produktif yang bekerja sebagai penggerak suatu organisasi, baik itu di dalam institusi maupun perusahaan yang memiliki fungsi sebagai aset sehingga harus dilatih dan dikembangkan kemampuannya. Sumber daya manusia UMKM Bintang Lestari (Bu Puji Lestari) masih menggunakan cara konvensional dalam memperkenalkan usaha dan produknya mulut ke mulut, padahal usaha tersebut merupakan pemasukan utama Keluarga Ibu Puji Lestari. Karena hal tersebut Kelompok 32 bergerak untuk menyelesaikan masalah ini dengan menerapkan Teori Belajar Behavioristik

Beberapa UMKM di Kelurahan Karangtengah, Kota Blitar yang telah dikunjungi Kelompok 32 merasa kondisi usahanya yang stagnan merupakan usaha yang cukup untuk memenuhi kebutuhan hidup mereka. Kelompok 32 melihat adanya potensi dari UMKM Bintang Lestari yang menjual jajanan tradisional dengan produk mendhut yang dapat diunggulkan. Kelompok 32 melakukan pendampingan usaha dengan membantu Ibu Puji untuk mengunggah produknya setiap pertemuan. Kelompok 32 juga turut membantu mendesain logo, foto produk, serta penataan konten sehingga Ibu Puji Lestari hanya perlu mengunggah konten yang sudah tersedia dan dapat menanamkan kebiasaan tersebut.



Gambar 1. Perwakilan Kelompok 32 dan Bu Puji

UMKM Bintang Lestari telah menyadari bahwa memasarkan produk dan usahanya di media sosial dapat meningkatkan potensi pesanan yang datang. Pelanggan Bintang Lestari yang menyimpan kontak *Whatsapp* dan melihat status Bu Puji Lestari yang awalnya tidak berniat membeli bisa jadi ingin merasakan produk Bintang Lestari. Selain itu, media sosial dan teknologi digital memungkinkan persebaran pesan dan informasi secara pesat sehingga yang sebelumnya rekomendasi mulut ke mulut dari pelanggan Bu Puji berlangsung sehari-hari sekarang bisa terjadi hanya dalam hitungan menit.



Gambar 2. Percakapan Ibu Puji dengan pelanggan

Setelah merasakan perubahan ini, Bu Puji Lestari berkenan untuk meningkatkan pemasaran usahanya dengan memasang spanduk di depan rumah, mencetak brosur untuk dibagikan, serta membuat katalog menu di *Facebook*. Keinginan Bu Puji tersebut muncul dari tawaran Mahasiswa Kelompok 32 KKN-Tematik 2023 dan dieksekusi dengan bantuan Mahasiswa KKN mulai dari desain, pencetakan, serta pengaplikasian baik di media sosial maupun secara fisik. Kelompok 32

membantu proses desain, foto produk, pemilihan warna, dan juga berkoordinasi kepada Bu Puji Lestari terkait filosofi serta konsep logo UMKM Bintang Lestari.



Gambar 3. Foto Produk, Brosur, dan Spanduk UMKM

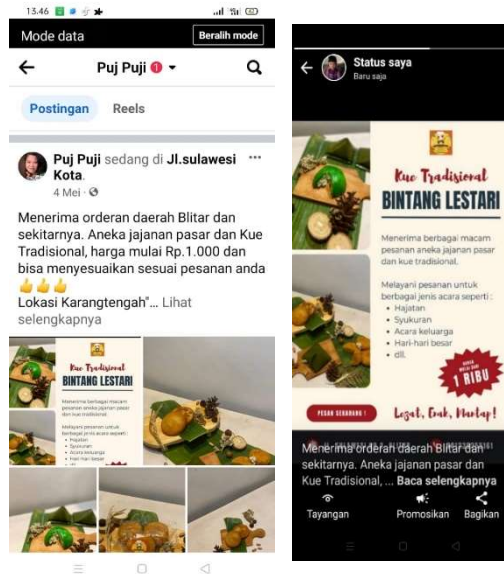
UMKM Bintang Lestari telah memiliki *Whatsapp Business* melalui akun *Whatsapp* pribadi Ibu Puji Lestari selaku pemilik dan pengelola tunggal Bintang Lestari. Dalam aplikasi *Whatsapp Business* Kelompok 32 membantu Ibu Puji memasang produk di katalog serta brosur yang sudah di desain dalam bentuk digital di unggah di akun tersebut. Selain *Whatsapp Business*, kami juga memastikan Bu Puji Lestari memanfaatkan akun *Facebook* pribadi yang aktif dengan adanya pengikut sehingga produk dan usaha Bintang Lestari dapat dikenal dan ditawarkan di media sosial.



Gambar 4. *Whatsapp Business* Bintang Lestari (Ibu Puji)

Ibu Puji Lestari telah memiliki kebiasaan untuk mengunggah penawaran produk jajanan tradisional dan membuka pesanan melalui *Whatsapp* dan *Facebook*. Ibu Puji tetap melakukan kegiatan ini bahkan setelah pendampingan selesai dan seterusnya. Dapat dibilang bahwa teori belajar Behavioristik yang telah di praktekkan oleh Kelompok 32 dapat membantu Ibu Puji memiliki ilmu

dan kebiasaan baru yaitu melakukan pengunggahan produk dan penawaran melalui media sosial untuk usahanya.



Gambar 5. Unggahan Facebook dan Status Whatsapp

DISKUSI

Pengalaman langsung menjadi sumber proses asosiasi dan penguatan pembelajaran behavioris, meskipun demikian penguatan langsung tidak bisa menjelaskan semua jenis pembelajaran (Overskeid, 2018). Behavioris menegaskan bahwa satu-satunya perilaku yang layak dipelajari adalah perilaku yang dapat diamati secara langsung, oleh karenanya tindakanlah bukan pikiran atau emosi, yang merupakan objek studi yang sah. Lingkungan telah menjadi konsep sentral dalam analisis perilaku (Overskeid, 2018), merujuk pada paham behavioris. Meskipun demikian, Miller (2006) menyatakan bahwa analisis perilakulah ilmu yang mempelajari peristiwa lingkungan dan yang mengubah perilaku (Overskeid, 2018). Peneliti dapat memanfaatkan teori pembelajaran social dalam menyelidiki serta mendapat pemahaman terhadap cara model peran positif yang dapat digunakan untuk memfasilitasi perubahan sosial serta mendorong perilaku yang diinginkan (Cherry, 2022).

KESIMPULAN

Teori belajar Behavioristik dapat memberikan pengaruh positif terhadap penyampaian gagasan pemasaran digital melalui media sosial kepada Sumber Daya Manusia UMKM Bintang

Lestari. Ibu Puji Lestari selaku pemilik menjadi rajin menambahkan unggahan pada status *Whatsapp* dan *Facebook* untuk menarik minat pelanggan. Dengan melakukan pemasaran di media sosial, menawarkan produk, serta memperkenalkan usahanya, Bintang Lestari mendapat pesanan baru melalui media sosial. Selain itu, *engagement* juga terlihat meningkat berdasarkan tangkapan layar percakapan Bu Puji dengan pelanggannya. Kelompok 32 berhasil menanamkan kebiasaan dan menyalurkan ilmu pemanfaatan media sosial untuk berdagang kepada UMKM Bintang Lestari dengan berlandaskan Teori Belajar Behavioristik yang mengedepankan pengulangan, stimulus-respon, serta praktek pada proses pembelajaran.

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Ucapan terima kasih tak henti kami berikan kepada Warga Dusun Sumber Blimbing Kelurahan Karangtengah, Staff Kelurahan Karangtengah, dan juga UMKM Bintang Lestari yang bersedia membantu dan dibantu Mahasiswa KKN-Tematik UPN “Veteran” Jawa Timur Kelompok 32 Tahun 2023. Terima kasih kepada teman-teman Kelompok 32 yang bekerja sepenuh hati untuk Kelurahan Karangtengah.

DAFTAR REFERENSI

- Ahmad Zafrullah, dkk. (2018). *The Development of Digital Economy in Indonesia*, Jurnal IJMBS Vol. 8, Issue 3
- Elvia Baby Shabhana, dkk (2020). Implementasi Teori Belajar Behavioristik Dalam Pembelajaran, JSAP Vol. 9, No. 1
- Overskeid, G. (2018). *Do we need the environment to explain operant behavior?* *Frontiers in Psychology*, 9, 373. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2018.00373>
- Cherry, K. (2022). How Social Learning Theory Works. *Theory, Development Psychology*. Verywellmind. <https://www.verywellmind.com/social-learning-theory-2795074>