

## **Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Pada Ukm Samiler Maju Jaya Kecamatan Gondang Kabupaten Mojokerto**

**Eny Setyariningsih<sup>1</sup>, Budi Utami<sup>2</sup>, Tria septian Indriani<sup>3</sup>**

E-mail: [eny.se888@gmail.com](mailto:eny.se888@gmail.com)

### **ABSTRAK**

Usaha mikro kecil menengah di Indonesia mulai banyak tumbuh dan berkembang seiring dengan daya saing global yang semakin ketat. Usaha mikro kecil menengah merupakan suatu penggerak perekonomian lokal maupun Nasional, pesatnya perkembangan UMKM akan memberikan kontribusi positif bagi ekonomi Indonesia maka dengan pengolahan yang baik akan menghasilkan pengembangan usaha kecil menengah yang baik juga. Maka hal ini akan menjadikan kontribusi penguatan perekonomian nasional. Hal ini akan semakin baik jika UMKM mampu mendeteksi peluang dan bisa menyelesaikan permasalahan yang mungkin bisa menghambat perkembangannya, salah satunya adalah kegiatan promosi yang bisa menjangkau seluruh konsumen dengan cara yang mudah dan dengan biaya yang murah, solusi yang bisa diterapkan di era sekarang ini adalah dengan memberikan pendampingan dan pelatihan dalam mengelola akun sosial media sebagai pelaksanaan pemasaran Online. Tujuan dari pengabdian kepada masyarakat ini adalah membantu peningkatan pengembangan usaha UMKM samiler maju jaya guna meningkatkan volume penjualan melalui promosi di media sosial dan bisa bersaing secara global dengan Metode pelaksanaan fokus pada pemecahan masalah yang dihadapi UMKM samiler Maju jaya dengan tahapan sebagai berikut: 1) penggunaan pemasaran online. 2) pembuatan akun di media sosial sebagai suatu bentuk sarama tempat melakukan promosi.

Kata kunci : Pemasaran online, Promosi, UMKM

## Latar Belakang

Kondisi dimasa sekarang krusialnya negara Indonesia ketersediaan tenaga kerja tidak sebanding dengan ketersediaan lapangan kerja yang bisa di serap hal ini akan menimbulkan suatu permasalahan dengan meningkatnya jumlah pengangguran, permasalahan inilah perlu di carikan solusinya. Seiring data yang dirilis BPS tahun 2016 jumlah pengangguran mencapai 7,03 juta jiwa meningkat di tahun 2017 sebanyak 7,04 juta jiwa. Total jumlah angkatan kerja tahun 2018 naik sebanyak 2,39 juta dari Februari 2017 menjadi 133,94 juta jiwa, dengan jumlah pengangguran sebanyak 6,87 juta dan yang bekerja sebanyak 127,07 juta jiwa (<https://glints.com/id/lowongan/fakta-pengangguran-indonesia>)

Kondisi ini akan berdampak pada tingkat kesejahteraan masyarakat secara makro, sumber daya Manusia belum bisa dimanfaatkan secara maksimal sehingga capaian yang di tetapkan pemerintah juga tidak akan terlaksana, salah satu solusi untuk menyelesaikan permasalahan tersebut, pemerintah harus lebih mengoptimalkan potensi serta kualitas produksi dari sektor usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) yang merupakan potensi usaha bisa menyerap tenaga kerja ( Anonimous 2013)

## Analisis Situasi

UMK merupakan usaha yang paling banyak digeluti oleh masyarakat Indonesia karena UMK dianggap sebagai jenis usaha yang paling mudah untuk dijalankan dan juga tidak membutuhkan modal besar untuk menjalankannya. Selain itu UMK juga dianggap sebagai sector usaha yang tahan pukul dalam arti mempunyai kekuatan dalam menghadapi berbagai macam hambatan. dimana di era globalisasi “interkoneksi sedunia pada level cultural dan ekonomi yang dihasilkan dari eliminasi hambatan-hambatan komunikasi sudah tidak terjadi. Berbagai perubahan telah dan bakal terjadi, adanya kemajuan dalam berbagai bidang, seperti ilmu pengetahuan, telekomunikasi, teknologi informasi serta sector-sector kehidupan lainnya menyebabkan arus informasi semakin mudah dan lancar mengalir antar individu dan kelompok.

Dalam upaya membantu pemerintah dalam percepatan penyerapan tenaga kerja melalui giat UMKM perlu terus di kembangkan dan terus diharapkan mendapat dukungan dari berbagai aspek. Dalam hal ini perlu melakukan kegiatan pendampingan ke pada para pelaku UMKM dalam menghadapi perkembangan teknologi yang semakin hari semakin mengilau krusialnya UMKM yang ada di wilayah Mojokerto yang merupakan sentra pelaku usaha mikro kecil dan menengah baik itu makanan ringan, alas kaki maupun garment. Tahun 2018 total UMKM di kabupaten Mojokerto sebanyak 155.354 yang mampu menyerap tenaga kerja sebanyak 262.651 orang (data dinas Koperasi dan UMK kab. Mojokerto 2018)

Mengacu dari data diatas , maka dapat di simpulkan bahwa potensi perkembangan usaha mikro kecil dan menengah dalam menyerap tenaga kerja cukup mampu membantu percepatan pengurangan tingkat pengangguran secara nasional, sehingga para pelaku usaha mikro kecil dan menengah layak untuk mendapatkan perhatian yang lebih untuk menunjang peningkatan perkembangan usahanya dalam menghadapi persaingan global.

Usaha Mikro Kecil dan Menengah samiler Maju jaya salah satu usaha mikro kecil dan menengah yang memanfaatkan peluang usaha dengan melakukan pemaksimalan sumberdaya yang ada di wilayah mojokerto. Wilayah Mojokerto sebagian besar wilayah pertanian dan menghasilkan tanaman umbi-umbian krusialnya ketela pohon sebagai bahan baku utama dalam pembuatan kerupuk samiler. Dengan kreatifitas para usaha rumahan

ini mampu menyerap tenaga kerja sebanyak 10 orang perhari dengan omset perbulan 7,5 ton dengan harga jual perkilonya Rp.210.000.000perbulan.

### **Tujuan Kegiatan**

Dengan adanya upaya peningkatan volume penjualan dan pengembangan usaha pada usaha mikro kecil dan menengah dalam menghadapi persaingan secara global maka UMKM perlu mendapatkan pengetahuan tentang strategi pemasaran berbasis media sosial dengan tujuan sebagai berikut:

- a. Membantu meningkatkan UMKM samiler maju jaya untuk mengembangkan usaha
- b. Membantu UMKM samiler maju jaya meningkatkan omset penjualannya dengan menggunakan media sosial.

### **Manfaat Kegiatan**

Dengan pendampingan dan pembinaan usaha mikro kecil dan menengah secara kontinyu dan berkesinambungan akan menjadikan UMKM lebih mandiri dan mampu besaing secara global.

Terkhusus untuk usaha mikro kecil dan menengah samiler maju jaya akan manpu bersaing dan mampu meningkatkan volume penjualan dengan menggunakan strategi pemasaran berbasis media sosial

### **Solusi Dan Target Luaran**

#### **a. Solusi**

Untuk meningkatkan volume penjualan UMKM maju jaya tidak melulu melakukan pemasaran secara tradisional, tetapi dengan berkembangnya pengetahuan dan teknologi dari masyarakat (konsumen) perlu dijadikan sebagai bentuk peluang untuk sebuah UMKM berkembang secara Global dengan cara yang paling mudah adalah memanfaatkan media sosial sebagai wadah untuk melakukan kegiatan pemasaran.

#### **b. Target Luaran yang akan dicapai secara umum**

- Terjadinya perluasan pangsa pasar dari UMKM samiler Maju jaya
- Terjadinya peningkatan Volume penjualan
- Terjadinya peningkatan penyerapan tenaga kerja

#### **c. Target Luaran secara khusus**

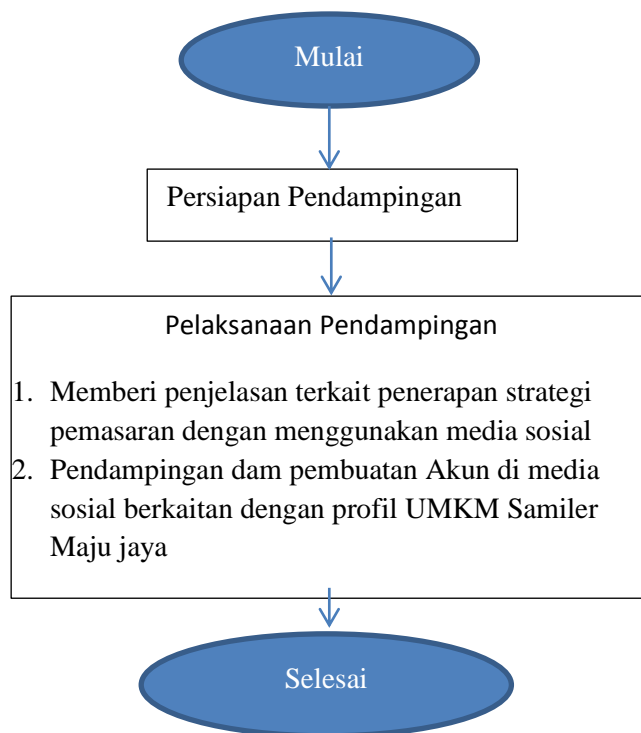
- Akun UMKM samiler Maju Jaya di media sosial
- Modul Strategi pemasaran online (E-marketing)
- Artikel publikasi

### **Metode Pelaksanaan**

Dalam metode pelaksanaan difokuskan pada pemecahan masalah yang dihadapi oleh (mitra) usaha mikro kecil dan menengah samiler Maju jaya dengan tahapan sebagai berikut:

- a. Penyampaian materi terkait penerapan strategi pemasaran dengan menggunakan media sosial serta dampak Positif yang di terima UMKM samiler Maju Jaya
- b. Pendampingan pembuatan Akun di media sosial serta desain tampilan dan cara pengoperasiannya

## 2.2 Alur kegiatan



Dari diagram diatas dapat dijelaskan alur dan prosedur kegiatan dalam proses pendampingan dapat dilakukan sebagai berikut:

Tabel 3: Rencana kegiatan Pengabdian 2019

NO	waktu	kegiatan	tempat
1	observasi	Minggu I dan II Oktober 2019	UMKM Maju jaya
2	Persiapan pendampingan	Minggu III Oktober 2019	FE Unim
3	Pelaksanaan pendampingan	Minggu IV Oktober 2019	UMKM Maju jaya
4	Diskusi Tim dan UKM (penerapan materi pendampingan)	Minggu I November 2019	UMKM Maju jaya
4	Evaluasi dan Monitoring hasil pendampingan	Minggu III November 2019	UMKM Maju jaya
6	Pembuatan laporan	Minggu I dan II Desember 2019	FE UNIM

Kegiatan Pendampingan mitra dilaksanakan seminggu sekali yang tersebar dalam bulan oktober sampai Desember 2019. Sedangkan pelaksanaan kegiatan pendampingan UMKM adalah sebagai berikut:

- a. Gambaran Strategi pemasaran dengan media sosial
- b. Dampak positif pemasaran online
- c. Pembuatan akun UMKM samiler Maju Jaya

### **Evaluasi Keberlanjutan**

Tahap ini dilakukan untuk melihat proses dari kegiatan pendampingan sampai pasca pendampingan yang dilakukan di UMKM Samiler Maju Jaya sebagai mitra dan dapat disimpulkan sebagai berikut:

- a. Kesulitan dalam memahami penggunaan media sosial sebagai media promosi dikarenakan keterbatasan dalam menggunakan aplikasi internet.
- b. TIM pendamping dari Fakultas Ekonomi memberikan solusi dan terus mendampingi mitra sampai mendapatkan kemampuan untuk mandiri.

### **Kesimpulan**

Program Kemitraan Pengabdian Kepada Masyarakat ini yang bermitra dengan UMKM Samiler Maju Jaya besar sekali manfaatnya 1) bagi lembaga perguruan tinggi karena kita sebagai pendamping bisa membantu perkembangan UMKM walaupun dengan cara yang sederhana sesuai bidang keilmuan kita. 2) Bagai Mitra, dengan adanya pendampingan yang berfokus ke penggunaan sosial media sebagai media promosi maka produk UMKM samiler Manu Jaya semakin dikenal masyarakat luas dan mengakibatkan peningkatan volume penjualan.

### DAFTAR PUSTAKA

- Daryanto 2011, Sari Kuliah Manajemen Pemasaran PT Sarana Sejahtera Bandung
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong 2012, *Principle of Marketing*, Boston Pearson Education, Edisi 14
- Michael Halmeim 2010, *Binis Horizons*, Media social, Jakarta, Gramedia
- Schiffman dan Kanuk 2008, *Perilaku Konsumen*, Jakarta, Index, Edisi 7