

Penggunaan Sosial Media Dalam Pemasaran guna Meningkatkan Penjualan UMKM di Desa Kebonagung Kecamatan Ploso Kabupaten Jombang

Nurul Hidayati*, Dimas Affan Mandika
STIE PGRI Dewantara Jombang

*Korespondensi: nurul.hidayati@stiedewantara.ac.id

Abstrak

Lokasi UMKM Kambing Etawa berada di Dusun Balongrejo Desa Kebonagung, Kecamatan Ploso. Pada awalnya, Bapak Arimad mendirikan UMKM susu kambing etawa pada tahun 2020 dengan hanya beberapa ekor kambing etawa dan mengolah susunya secara tradisional. UMKM ini menghasilkan berbagai produk dari kambing etawa. Seiring berjalannya waktu, permintaan terhadap produk susu kambing etawa meningkat. Oleh karena itu, Bapak Arimad mulai mengembangkan usahanya dengan menambah jumlah kambing etawa dan membangun kandang yang lebih canggih. Dia juga menyiapkan kambing etawa untuk berkompetisi.

Kata kunci: Pemasaran, UMKM Kebonagung, Susu Kambing Etawa

Abstract

The UMKM Kambing Etawa location is in Dusun Balongrejo, Desa Kebonagung, in the Ploso commune. In the beginning, Bapak Arimad established the UMKM susu kambing etawa in 2020, utilizing only a few kambing etawa ekors and arranging the susun in a traditional manner. This UMKM produces several products from etawa kambing. Every day, there is a growing desire for the susu kambing etawa product. Due of this, Bapak Arimad began to strengthen their bond by increasing the number of etawa kambing and creating more canggih kandang. Additionally, he encourages etawa kambing to be competitive.

Keywords: Susu Kambing Etawa, UMKM Kebonagung, and Pemasaran

A. PENDAHULUAN

1. Latar Belakang

Kegiatan Pengabdian adalah program bagi dosen dan mahasiswa STIE PGRI Dewantara Jombang dan bertujuan untuk mengabdikan diri kepada masyarakat. Tujuannya adalah untuk memberikan kompetensi-kompetensi tertentu kepada mahasiswa di luar kegiatan perkuliahan kelas. Program pengabdian di Desa Kebonagung, Kecamatan Ploso, dimulai pada 29 Januari. Kegiatan ini dilakukan secara insentif selama satu bulan, dari 29 Januari hingga 28 Februari.

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) telah menjadi pilar penting dalam struktur ekonomi suatu negara dan membentuk landasan yang kokoh untuk pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan (Lubis, P. S. I., & Salsabila, R. (2024). UMKM mencakup berbagai jenis bisnis, mulai dari skala mikro dengan jumlah karyawan yang sedikit hingga skala menengah, yang masing-masing memiliki kemampuan untuk memiliki dampak yang signifikan terhadap perekonomian.

UMKM dalam skala mikro biasanya dikelola oleh pemilik tunggal atau keluarga kecil, sementara UMKM dalam skala menengah mungkin memiliki tim manajemen yang lebih besar. UMKM dalam skala menengah mencakup segala jenis industri, mulai dari industri tradisional hingga teknologi (Handayani, S. R., & Arodhiskara, Y. (2022). Sebagai pelaku ekonomi lokal, UMKM tidak hanya menciptakan lapangan pekerjaan, tetapi juga menjadi katalisator pertumbuhan local (Ashsifa, I., & Kuncoro, M. T. (2023). Mereka biasanya menjadi sumber inovasi dan kreativitas, membuat barang dan jasa yang memenuhi kebutuhan pasar lokal dan internasional. Jalan Panjang Menuju Keberlanjutan Meskipun memainkan peran penting, UMKM sering menghadapi masalah seperti masalah regulasi, kurangnya keterampilan manajemen, dan akses terbatas terhadap modal

dan pasar. Oleh karena itu, dukungan dan pelatihan sangat penting untuk menjamin pertumbuhan dan keberlanjutan.

Penembusan teknologi dan transformasi digital telah membuka peluang baru bagi UMKM. Mereka dapat mengoptimalkan proses bisnis mereka, memperluas jangkauan pasar, dan meningkatkan efisiensi operasional dengan memanfaatkan platform online dan solusi teknologi (Sundari, A., & Syaikhudin, A. Y. (2021)). UMKM sangat penting untuk mendukung pertumbuhan ekonomi yang seimbang. Ini memerlukan kerja sama antara pemerintah, sektor swasta, dan masyarakat dalam menciptakan ekosistem yang mendukung pertumbuhan UMKM. Oleh karena itu, memahami pentingnya UMKM dan apa yang mereka lakukan adalah langkah pertama menuju lingkungan yang mendukung, memberdayakan, dan memajukan keberlanjutan ekonomi melalui jaringan bisnis yang beragam dan inovatif.

2. Profil Mitra Binaan

UMKM Kambing Etawa berlokasi di Dusun Balongrejo Desa Kebonagung, Kecamatan Ploso. UMKM tersebut menghasilkan berbagai produk dan salah satunya adalah susu kambing etawa. UMKM susu kambing etawa didirikan pada tahun 2020 oleh Bapak Arimad Awalnya, bisnis ini hanya memiliki beberapa ekor kambing etawa yang diolah susunya secara tradisional. Namun, permintaan terhadap produk susu kambing etawa meningkat, jadi Bapak Arimad mulai menambah jumlah kambing etawa dan membangun kandang yang lebih modern. Dia juga menyiapkan kambing etawa untuk berkompetisi.

Karena adanya keterbatasan SDM, kurangnya keahlian manajerial, kendala dalam perencanaan dan pengambilan keputusan karena usahanya masih kecil, serta pengelolaan manajerialnya belum optimal, sehingga UMKM mengalami kesulitan dalam memasarkan produk mereka karena kurangnya pemahaman tentang strategi pemasaran yang efektif dan efisien. Anggota tim pengabdian dosen dan mahasiswa Desa Kebonagung membantu usaha kecil dan menengah (UMKM) susu kambing etawa milik Bapak Arimad. Mereka melakukan ini dengan membuat platform online dan mengenalkan pelaku UMKM ke sosial media, sehingga mereka dapat memasarkan produk UMKM mereka dengan lebih luas dan efektif.

Pengenalan platform online dan sosial media untuk memasarkan produk seperti website, marketplace, maupun media sosial lain membutuhkan beberapa waktu. Sehingga, para anggota tim dosen dan mahasiswa perlu beberapa kali diskusi dan evaluasi.

B. TINJAUAN PUSTAKA

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) memainkan peran penting dalam perekonomian Indonesia, dengan kekayaan bersih paling banyak 50 miliar rupiah dan penjualan tahunan paling banyak 30 miliar rupiah. Adapun peran penting tersebut meliputi terciptanya lapangan pekerjaan, meningkatkan pendapatan masyarakat, serta mendorong pertumbuhan ekonomi.

Terdapat banyak macam UMKM lokal dan salah satunya yaitu UMKM susu kambing etawa. Peternakan kambing etawa adalah usaha beternak kambing etawa untuk menghasilkan susu, daging, dan produk lainnya. Ada beberapa aspek yang perlu diperhatikan dalam beternak kambing etawa, antara lain pakan, kandang, kesehatan kambing dan pembibitan.

Susu kambing etawa merupakan hasil dari peternakan kambing etawa yang

memiliki beberapa tahap dalam pengelolaannya dari pemerahan susu hingga pengemasan.

C. METODE PELAKSANAAN

UMKM susu kambing etawa masih menggunakan cara yang tradisional dalam pemerahan susu hingga pemasaran. Karena itu, pemasaran yang selama ini dihadapi adalah terkait pada hal-hal yang melekat pada usaha tersebut. Secara umum, masalah yang dihadapi adalah terkait dengan pemasaran yang tidak efektif.

Meskipun usaha susu kambing etawa sendiri sudah lama berdiri sejak tahun 2020, namun usaha tersebut masih belum dikenal pasaran secara luas. Melihat dari permasalahan tersebut, maka para anggota membagi kegiatan menjadi beberapa bagian, yang akan diselesaikan selama masa pengabdian berlangsung.

Sebagai bagian dari upaya untuk memahami secara menyeluruh potensi dan hambatan yang dihadapi oleh sektor tersebut, pada tahap awal, dilakukan survei dan wawancara mendalam tentang pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dengan fokus pada produksi susu kambing etawa. Kegiatan pengenalan menyeluruh terhadap berbagai aspek dan keuntungan penggunaan media sosial dalam pemasaran dan promosi UMKM susu kambing etawa dilakukan untuk mendapatkan pemahaman tentang tren dan perkembangan teknologi terbaru.

Tahapan selanjutnya melibatkan proses pembuatan platform online yang memadukan berbagai komponen, seperti informasi produk, sistem pembelian, dan interaksi pelanggan secara efisien, untuk mewujudkan kehadiran UMKM susu kambing etawa secara online. Evaluasi menyeluruh terhadap semua kegiatan yang telah dilakukan dilakukan dengan tujuan menemukan penyebab kesuksesan dan peningkatan yang berkelanjutan.

Kegiatan diatas melibatkan anggota dosen dan mahasiswa dan pelaku usaha susu kambing etawa yang berlokasi di Dusun Balongrejo, Desa Kebonagung, Kecamatan Ploso. Sesuai permasalahan yang dihadapi mitra, maka kegiatan pengabdian ini berfokus pada kegiatan pengenalan social media guna meningkatkan penjualan UMKM di Desa Kebonagung.

Sebagai langkah awal untuk mendukung pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), survei ini menganalisis latar belakang pelaku usaha, lokasi strategis usaha, sejarah dan awal perjalanan usaha susu Kambing Etawa oleh Bapak Arimad. Dalam upaya untuk memperkenalkan ide usaha melalui platform media sosial, terutama Instagram, yang memiliki basis pengguna yang luas dari berbagai demografi, langkah ini diambil dalam upaya untuk membuat usaha lebih mudah diakses oleh orang-orang dari berbagai demografi.

Tim pengabdian dosen dan mahasiswa bekerja pada pengembangan situs web yang memungkinkan pelaku usaha memiliki akun. Pelaku bisnis diharapkan dapat memanfaatkan platform tersebut untuk meningkatkan optimalisasi dan efektivitas pemasaran produk. Diharapkan program ini akan membantu bisnis meningkatkan kinerja yang berkelanjutan. Sebuah tinjauan menyeluruh dilakukan terhadap respons dan minat pengguna media sosial terhadap platform yang telah dibuat. Dengan mempertimbangkan hasil evaluasi, waktu kerja keras yang tersisa dialokasikan untuk mengembangkan produk baru yang akan menarik minat pasar di Instagram dan mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan bisnis. Strategi pemasaran melibatkan pemasangan *banner* di kantor dan di internet. Langkah ini diambil untuk membangun ikatan yang kuat dan

C. PELAKSANAAN KEGIATAN

Kegiatan pengabdian di Desa Kebonagung dilaksanakan selama sebulan. Dimulai dari 29 Januari dan diakhiri pada 28 Februari. Pelaksanaan dilakukan secara langsung di Desa Kebonagung serta mendampingi UMKM secara langsung. Mengingat pengabdian ini dilakukan bertepatan dengan acara pesta besar pemilu, sehingga terdapat beberapa hari dimana kegiatan tidak berjalan dengan semestinya.

Tahapan dari pengabdian ini dimulai dari pelepasan para mahasiswa yang bertempat di STIE PGRI Dewantara Jombang, dilanjut terjun langsung ke Desa Kebonagung Kecamatan Ploso selama sebulan.



Gambar 1: Kunjungan dan koordinasi Tim ke lokasi



Gambar 2: Produk hasil olahan

Kegiatan ini dimulai dengan koordinasi tim penulis dan mahasiswa yang membantu di lapangan. Sangat penting agar masyarakat mengetahui bahwa UMKM di Desa Kebonagung telah menerima pendampingan dalam hal pemasaran produk dan pembranding.

D. PENUTUP

Dibandingkan dengan kelompok skala usaha lain, UMKM sangat dominan. Selain itu, usaha kecil memainkan peran yang signifikan dalam penyerapan tenaga kerja. Jadi, untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan pertumbuhan ekonomi nasional, pengembangan usaha adalah Langkah strategis.

Diharapkan bahwa kegiatan pengabdian akan bermanfaat bagi masyarakat Desa Kebonagung, terutama bagi para pengusaha. Masyarakat Desa Kebonagung melihat banyak manfaat dari kegiatan pengabdian masyarakat (PM) yang melibatkan dosen dan mahasiswa. Beberapa tindakan yang telah diambil oleh penulis dan tim termasuk memberi tahu warga desa, terutama komunitas sekitar, tentang produk olahan dari susu kambing etawa yang dapat membantu meningkatkan ekonomi; memberi mereka pengalaman baru dalam memasarkan produk desa melalui pasar digital, dengan menjadikan produk olahan susu kambing etawa sebagai produk unggulan desa; dan memastikan bahwa pemberdayaan warga desa dalam upaya untuk mengembangkan ekonomi mereka telah dilakukan.

DAFTAR PUSTAKA

- Tanan, Christina Irwati, and Dian Dhamayanti. 2020. "Pendampingan UMKM Dalam Pengelolaan Keuangan Usaha Guna Peningkatan Ekonomi Masyarakat Di Distrik Abepura Jayapura." *Amalee: Indonesian Journal of Community Research and Engagement* 1 (2): 173–85. <https://doi.org/10.37680/amalee.v1i2.408>.
- Wahyuni, Evi Dwi, Ivvan Febryan, Dhea Oktaviani, Andy Putra, Rakha Pradana, Agus Aulia, Vinna Rahmayanti, and Denar Regata. 2023. "Peningkatan Perekonomian Desa Melalui Pemberdayaan Umkm Dan Pemanfaatan Digital Marketing." *Communnity Development Journal* 4 (1): 467–74.
- Elwisam, R. L. (2019). Penerapan Strategi Pemasaran, Inovasi Produk Kreatif Dan Orientasi Pasar Untuk Meningkatkan Kinerja Pemasaran Umkm. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*.
- Lubis, P. S. I., & Salsabila, R. (2024). Peran UMKM (Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah) Dalam Meningkatkan Pembangunan Ekonomi Di

- Indonesia. *MUQADDIMAH: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi dan Bisnis*, 2(2), 91-110.
- Handayani, S. R., & Arodhiskara, Y. (2022). *Penyusunan Laporan Keuangan Berdasarkan SAK EKMK pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)*. Penerbit NEM.
- Sundari, A., & Syaikhudin, A. Y. (2021). *Manajemen ritel (Teori dan strategi dalam bisnis ritel)*. Academia Publication.
- Ashsifa, I., & Kuncoro, M. T. (2023). Penguatan Ekonomi di Sektor Hilir: Strategi Pengelolaan Keuangan untuk Keberlanjutan UMKM di Era Digital. *Sriwijaya Accounting Community Services*, 2(2), 57-64.
- Hidayati, N. (2012). Bullying pada anak: Analisis dan alternatif solusi. *Jurnal Insan*, 14(1), 41-48.
- Hidayati, N., & Fidiana, F. (2017). Pengaruh Corporate Social Responsibility Dan Good Corporate Governance Terhadap Penghindaran Pajak. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi (JIRA)*, 6(3).
- Hidayati, N., & Trisnawati, D. (2016). Pengaruh kepuasan kerja dan stress kerja terhadap turnover intentions karyawan bag. marketing pt. wahana sahabat utama. *Eksis: Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis*, 11(1).