

## MENINGKATKAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI

Wahyu Firmansyah<sup>1</sup>, Idzni Dian Faadhilah<sup>2</sup>, Fathimahtuz Zuhroh<sup>3</sup>, Syaiful<sup>4</sup>,  
Indro Kirono<sup>5</sup>

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Prodi Manajemen  
Universitas Muhammadiyah Gresik  
[Lukfir027@gmail.com](mailto:Lukfir027@gmail.com) [syaiful@umg.ac.id](mailto:syaiful@umg.ac.id)

### ABSTRAK

Mahasiswa KKN universitas Muhammadiyah Gresik (UMG) yang tergabung dalam kelompok 28 menggelar berbagai macam program kerja di desa kelurahan Lumpur kecamatan Gresik. Di kelurahan Lumpur, banyak terdapat Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang memproduksi berbagai jenis jajanan seperti macam-macam krupuk dari olahan telur-telur ikan, opak, jamu dan lain-lain. Namun hanya sedikit dari pengusaha yang memasarkannya dengan menggunakan media sosial seperti Instagram, Shopee dan platform lainnya karena ada keterbatasan para UMKM yang tidak mengenal hal tersebut. Salah satu program kerja yang dilakukan Prodi Manajemen ialah mengadakan acara sosialisasi dengan tema "Digital Marketing E-COMMERCE: Sosialisasi tersebut menyasar 25 peserta yang merupakan perwakilan dari ibu-ibu PKK dan ibu RT di desa lumpur terdiri dari 3 RW dengan 22 RT. Kami bertujuan untuk mendorong masyarakat untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang pemasaran digital, karena ini telah menjadi keterampilan penting di era modern dan maju secara teknologi, yang signifikan berdampak pada pertumbuhan penjualan dan bisnis di desa Lumpur. Pada program pengabdian masyarakat program studi manajemen ini, kami juga membuat promosi berupa pamflet iklan UMKM yang ada di masyarakat Lumpur dengan menggunakan Instagram stories kelurahan Lumpur. Yang bertujuan agar produk mereka dapat dikenal oleh masyarakat khalayak yang lebih luas sehingga mereka juga memperoleh manfaat tak hanya bagi warga kelurahan Lumpur tetapi juga masyarakat sekitarnya.

**Kata Kunci :** Digital Marketing E-Commerce, Shopee, Instagram, Promosi

### ABSTRACT

Students from Muhammadiyah University of Gresik (UMG) who are part of group 28 conducted various community service programs in the village of Lumpur, Gresik District. In the Lumpur sub-district, there are many Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) which produce various types of snacks such as various types of crackers made from processed fish eggs, opak, herbal medicine and others. However, only a few entrepreneurs market it using social media such as Instagram, Shopee and other platforms because there are limitations for MSMEs who are not familiar with this. One of the projects carried out by the Management Department was organizing a socialization event with the theme "Digital Marketing E-COMMERCE." This socialization targeted 25 participants, representing the members of the local PKK (Family Welfare Movement) and neighborhood leaders (RT) in the Lumpur village, comprising 3 community units (RW) and 22 neighborhood units (RT). We aimed to encourage the community to gain a better understanding of digital marketing, as this has become a crucial skill in the modern, technologically advanced era, significantly impacting sales and business growth in Lumpur village. In the community

service program of the Management study program, we also created promotions in the form of advertising pamphlets for the MSMEs (Micro, Small, and Medium Enterprises) in the Lumpur community using the Instagram Stories of the Lumpur villaget. The aim was for their products to be recognized by a wider audience, thereby gaining benefits not only from the residents of the Lumpur viillage but also beyond.

**Keywords :** Digital Marketing E-commerce, Shopee, Instagram, Promotion

## PENDAHULUAN

Lokasi Kabupaten Gresik terletak di sebelah barat laut Kota Surabaya yang merupakan Ibu kota Provinsi Jawa Timur dengan luas wilayah 1.191,25 km<sup>2</sup> yang terbagi dalam 18 Kecamatan dan terdiri dari 330 Desa dan 26 Kelurahan. Secara geografis wilayah Kabupaten Gresik terletak antara 112° sampai 113° Bujur Timur dan 7° sampai 8° Lintang Selatan dan merupakan dataran rendah dengan ketinggian 2 sampai 12 meter diatas permukaan air laut kecuali Kecamatan Panceng yang mempunyai ketinggian 25 meter diatas permukaan air laut.

Sebagian wilayah Kabupaten Gresik merupakan daerah pesisir pantai, yaitu memanjang mulai dari Kecamatan Kebomas, Gresik, Manyar, Bungah, Sidayu, Ujungpangkah dan Panceng serta Kecamatan Sangkapura dan Tambak yang lokasinya berada di Pulau Bawean. Wilayah Kabupaten Gresik sebelah utara berbatasan dengan Laut Jawa, Sebelah Timur berbatasan dengan Selat Madura dan Kota Surabaya, sebelah selatan berbatasan dengan Kabupaten Sidoarjo, Kabupaten Mojokerto, dan sebelah barat berbatasan dengan Kabupaten Lamongan.

Kelurahan Lumpur adalah desa dimana Kelurahan Lumpur terletak di paling ujung Utara dari Kecamatan Gresik, Kabupaten Gresik. Luas wilayah kelurahan Lumpur 34.367 Ha. Batas wilayah sebelah Utara Selat Madura, sebelah Timur Kelurahan Kroman dan Kelurahan Sukodono, sebelah Selatan Kelurahan Karangpoh dan Kelurahan Tlogo Pojok, sebelah Barat Kelurahan Tlogo pojok. yang mana dulunya adalah sebuah tempat tinggal para nelayan untuk mempermudah mencari ikan dan seiring berjalannya waktu tempat yang mana dulunya sebagai tempat tinggal nelayan sekarang telah dibangun rumah yang sekarang sebagai tempat pengepul atau transitnya ikan dan juga banyaknya para UMKM. Meskipun daerah tersebut sudah dipenuhi banyak bangunan rumah, warga Lumpur tidak mau menghilangkan adat mereka yang mana dulunya mereka mencari nafkah harus sebagai seorang nelayan dan sebagian warga disana masih menjadi nelayan yang nanti hasil tangkapannya dijual ditempat pengepul ataupun dipasar Gresik yang tidak jauh dari Kelurahan Lumpur. Pada umumnya masyarakat mengelola dan memanfaatkan laut sebagai mata pencarian mereka dan dengan itu mereka banyak menghasilkan berbagai jenis ikan, dan ada juga beberapa yang mereka sortir ke beberapa kabupaten hingga ke luar negeri.

Salah satu masalah yang ada di mayarakat kelurahan Lumpur, Kecamatan Gresik, adalah kurangnya rasa pemanfaatan teknologi sebagai strategi dalam media pemasaran digital oleh pelaku usaha UMKM untuk menjadikan usaha mereka lebih dikenal oleh masyarakat luar (Aditya et al., 2024).

Pada program Kuliah Kerja Nyata (KKN) yang dilaksanakan oleh mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Gresik di Kelurahan Lumpur, Kecamatan Gresik,

telah mengambil inisiatif untuk menggelar sosialisasi dengan tema "Digital Marketing E-COMMERCE." Kelurahan Lumpur, yang dikenal dengan keragaman produk olahan lokalnya seperti krupuk dari olahan telur ikan, opak, jamu tradisional, dan lainnya, memiliki potensi besar untuk memanfaatkan media sosial dan platform e-commerce guna meningkatkan daya saing dan keberlangsungan bisnis mereka (Diana et al., 2024).

Disini mahasiswa prodi manajemen menyampaikan materi yang bertujuan mengajak masyarakat untuk bisa lebih memahami tentang penggunaan digital marketing dalam memasarkan produk, hal tersebut menjadi hal yang harus dipahami oleh seluruh warga Lumpur dikarenakan di era digital yang semakin canggih, sekarang sangat berpengaruh untuk meningkatkan penjualannya.

Kami juga memiliki program kerja yaitu membuat promosi berbentuk pamflet para-pelaku usaha masyarakat Lumpur untuk di posting di Instagram stories kelurahan Lumpur dengan guna agar produk mereka dapat dijangkau oleh masyarakat luar sehingga mereka juga mendapatkan manfaat berupa keuntungan tidak hanya dari warga penduduk sekitar. Disini Bapak lurah juga memberikan akses Instagram Lumpur untuk dikelola oleh mahasiswa manajemen yang tidak hanya untuk mengenalkan UMKM melainkan budaya masyarakat Lumpur, dengan cara pada setiap event yang ada di kelurahan Lumpur bisa diposting untuk disemat momenkan di akun Instagram kelurahan Lumpur.

Banyaknya competitor menjadi pertimbangan bagi para pengusaha untuk masuk dalam persaingan yang sangat ketat. Strategi pemasaran dan media yang tepat digunakan untuk bisa meraih pasar yang dituju sehingga volume penjualan selalu meningkat dan profit. Digital Marketing adalah salah satu media pemasaran yang saat ini sedang banyak diminati oleh masyarakat untuk mendukung berbagai kegiatan yang dilakukan. Kemampuan untuk memanfaatkan teknologi dan media sosial untuk mempromosikan produk dan usaha telah menjadi faktor kunci dalam meningkatkan penjualan dan memperluas jangkauan pasar.

### **METODE PELAKSANAAN**

Untuk mencapai tujuan yang diharapkan, kami menggunakan platform e-commerce shopee sebagai media pemasaran dan promosi.

1. Pengenalan Aplikasi Shopee: Penjelasan tentang apa itu Shopee, platform e-commerce yang populer. Panduan tentang cara mengunduh dan menginstal aplikasi Shopee di perangkat mobile. Langkah-langkah dasar untuk membuat akun Shopee
2. Navigasi Dasar Shopee: Instruksi tentang cara menjelajahi aplikasi Shopee, mencari produk, dan menelusuri berbagai kategori.
3. Pendaftaran Toko Shopee: Langkah-langkah untuk membuka toko online di Shopee, baik sebagai penjual individu atau bisnis. Informasi yang diperlukan untuk memulai berjualan di Shopee.
4. Penambahan Produk: Panduan langkah demi langkah tentang cara menambahkan produk ke dalam toko Shopee, termasuk mengunggah foto produk, menulis deskripsi, dan menentukan harga. Tips untuk mengoptimalkan deskripsi dan foto produk agar lebih menarik.
5. Strategi Promosi: Penjelasan tentang berbagai alat dan fitur promosi yang ditawarkan oleh Shopee, seperti diskon, voucher, dan program loyalitas. Bagaimana cara membuat

kampanye promosi yang efektif di Shopee.

6. Manajemen Pesanan: Instruksi tentang cara mengelola pesanan dari pembeli, termasuk konfirmasi pembayaran, Instruksi tentang cara mengelola pesanan dari pembeli, termasuk konfirmasi pembayaran, pengiriman, dan penanganan masalah. Pentingnya menjaga komunikasi yang baik dengan pembeli.

Sebelum memulai membuat pamflet UMKM kami mengajukan beberapa tahapan yaitu dengan mengetahui data dari setiap pelaku usaha di kelurahan Lumpur tersebut, kami meminta data mereka yang terdiri dari nama produk, nomor yang bisa dihubungi, alamat rumah agar dapat dicantumkan kedalam pamfletnya. Kami memilah semua foto produk yang mereka kirim melalui WhatsApp lalu mengedit sehingga berbentuk pamflet.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan kegiatan penelitian yang dilakukan dalam serangkaian acara Kuliah Kerja Nyata (KKN) di kelurahan Lumpur dengan judul penelitian adalah “meningkatkan media sosial sebagai media promosi”. Yang mana juga pentingnya Media Sosial dalam Promosi: Media sosial telah menjadi platform yang sangat penting dalam dunia pemasaran dan promosi. Ini adalah tempat di mana bisnis dan individu dapat terhubung dengan audiens mereka secara langsung, menciptakan kesadaran merek dan memengaruhi perilaku konsumen.

Selain itu, Disosialisasikan langsung untuk diterapkan kepada Masyarakat Lumpur untuk penggunaan teknologi yang sering digunakan di era saat ini untuk penjualan secara *online*. Di Indonesia belanja online sudah tidak asing lagi, sehingga banyak pihak yang bisa memilih barang yang diinginkan. Pertumbuhan e-commerce yang terus menerus membuat para pelaku bisnis atau perusahaan harus mempertimbangkan krisis ketika merumuskan kebijakan sehingga dapat membentuk posisi yang kuat di benak konsumen dan membangun brand awareness dengan cara mengembangkan dan merebut pangsa pasar atau market share.



Gambar 1 sosialisasi kepada masyarakat Lumpur

Marketplace khususnya shopee mempunyai berbagai keuntungan dalam kegiatan promosi, seperti untuk dapat menyampaikan sebuah informasi kepada konsumen tidak membutuhkan biaya tinggi dan tenaga, bahkan waktu yang digunakan untuk menyampaikan informasi ke masyarakat sangatlah singkat. Melalui platform shopee, informasi yang ingin kita sebar tidak harus berupa tulisan, foto bahkan video pun dapat kita sebar kepada konsumen dengan mudah.

Tingkat kesadaran konsumen (brand awareness) sangat penting bagi perusahaan dan agar konsumen fokus dalam memilih merek yang sudah ada di benaknya. Dalam pembentukan brand awareness, beberapa unsur berperan yaitu kesadaran tertinggi, kesadaran

merek, dan ingatan merek sebagai bagian dari brand awareness. Meningkatkan kesadaran merupakan salah satu mekanisme untuk memperluas pasar merek. Semakin tinggi kesadaran merek maka konsumen akan semakin mengenal produk tersebut sehingga mereka minat membeli produk tersebut. Hal ini memungkinkan para pelaku usaha untuk menerapkan kebijakan yang dapat meningkatkan kesadaran merek, salah satunya adalah Perusahaan Shopee.

Shopee adalah platform marketplace yang aman untuk melakukan transaksi di mana antara Anda dengan pembeli akan disediakan rekening bersama sehingga tidak ada kontak perbankan langsung antara pembeli dengan penjual. Menarik uang dari akun Shopee pun prosesnya sangat cepat dan mudah, Anda bisa langsung menarik uang pembayaran dari pembeli segera setelah pembayaran dari pembeli dikirimkan oleh Shopee ke rekening atau akun Anda Shopee memberikan kemudahan bagi pembeli dan penjual untuk memasarkan dan membeli produk di Shopee. Shopee memiliki fungsi jendela obrolan yang dapat menghubungkan pembeli dan penjual dalam bertransaksi. Shopee juga memberikan kemudahan bagi pelanggan untuk menggunakan jasa kurir (seperti JNE, J&T, Tiki, Sicepat, dll) untuk pengiriman barang sehingga pelanggan dapat memastikan barang yang dipesan mulai dari proses pembelian, pembayaran dan pengiriman. Shopee berusaha membangun kesadaran merek konsumen melalui promosi di berbagai media elektronik (seperti televisi dan media sosial lainnya). Konsumen sering mendengar tentang merek ini, yang akan membuat posisi Shopee di hati konsumen semakin tinggi. Logo, warna, atau tampilan lagu adalah logo Shopee, yang dapat memberikan Anda kenangan atau pengenalan saat Anda melihat penampilan merek tersebut.

Instagram adalah sebuah aplikasi untuk berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik Instagram sendiri. Aplikasi ini diciptakan oleh Burbn, Inc., yang merupakan sebuah perusahaan berbasis teknologi startup dan hanya berfokus pada pengembangan aplikasi untuk telepon genggam. Instagram merupakan salah satu media jejaring sosial yang dapat dimanfaatkan sebagai media pemasaran (Sudirwo et al., 2021).

Instagram dapat diartikan sebagai media untuk mengambil foto dan mengirimnya dalam waktu cepat (Sari 2017:6). Instagram mempunyai 5 menu utama (Atmoko, 2012:28) yaitu; *Home Page, Comments, Explore, Profil, News Feed*.

Melalui Instagram produk barang atau jasa ditawarkan dengan meng-upload foto atau video singkat, sehingga para calon konsumen dapat melihat jenis-jenis barang atau jasa yang ditawarkan (Rahmawati, 2016).

Media sosial khususnya instagram mempunyai berbagai keuntungan dalam kegiatan promosi, seperti untuk dapat menyampaikan sebuah informasi kepada konsumen tidak membutuhkan biaya dan tenaga, bahkan waktu yang digunakan untuk menyampaikan informasi ke banyak orang sangatlah singkat. Melalui instagram, informasi yang ingin kita sebar tidak harus berupa tulisan, foto bahkan video pun dapat kita sebar kepada konsumen dengan mudah. Promosi yang dilakukan prodi manajemen melalui instagram.

Dalam penelitian untuk membuat pamflet di Instagram sebagai media promosi UMKM masyarakat kelurahan Lumpur, kami menggunakan teknik pengumpulan data dengan membagikan formulir yang berisi tentang: nama brand, tahun berdiri, alamat, nomer yang bisa

dihubungi, pemasaran yang mereka gunakan offline atau online, untuk sarana lebih detail sehingga dapat kami cantumkan ke dalam pamflet tersebut.gambar 3 Instagram kelurahan Lumpur

## KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian diatas, digital marketing telah membuka peluang yang luar biasa bagi bisnis, termasuk UMKM, untuk mencapai pangsa pasar yang luas. Shopee bukan hanya platform e-commerce, tetapi juga alat yang efektif untuk promosi dan branding.

Dengan fitur-fitur seperti kampanye promosi, program diskon, dan peluang interaksi dengan pelanggan, Shopee memberikan berbagai cara untuk meningkatkan penjualan dan visibilitas. Untuk sukses dalam digital marketing menggunakan Shopee, pengelolaan toko dengan baik sangat penting. Ini mencakup penambahan produk yang menarik, manajemen pesanan yang efisien, dan pelayanan pelanggan yang responsif.

Pengaruh Positif Instagram: Instagram telah membantu meningkatkan eksposur dan visibilitas UMKM lokal, memungkinkan mereka untuk mencapai pasar yang lebih luas. Promosi Budaya: Selain UMKM, Instagram juga menjadi wadah yang berharga untuk mempromosikan budaya lokal. Melalui foto dan cerita, warisan budaya dan tradisi Kelurahan Lumpur dapat dikenal oleh lebih banyak orang, bahkan di luar wilayah tersebut.

Peneliti memiliki saran yang sekiranya dapat menjadikan gagasan ide masukan bagi perusahaan maupun peneliti selanjutnya, yaitu: Bagi perusahaan Shopee meningkatkan kesadaran merek melalui pemasaran digital sehingga masyarakat dapat mempercayai bahwa Shopee adalah marketplace paling aman dalam bertransaksi. Dan dapat mengedukasi pembeli jika menerima barang dapat memberikan format video unboxing dari paket utuh hingga terbuka agar penjual pun tahu dan melihat bukti nyata, untuk kenyamanan bersama antara penjual dan juga pembeli.

## DAFTAR PUSTAKA

- Atmoko, B. D. (2012). *Instagram Handbook*. Jakarta: Media Kita.
- Dinda Sekar Puspitarini, Reni Nuraeni. (Juni 2019). *Pemanfaatan Media Sosial sebagai Media Promosi*.
- Rahmawati, D. (2016). *Pemilihan dan Pemanfaatan Instagram sebagai Media Komunikasi Pemasaran Online (studi deskriptif Kualitatif pada Akun instagram @freezybrowniezz)*. Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.
- Sudirwo, S., Nurriqli, A., & Risanta, M. (2021). *Pemanfaatan Instagram bagi Pengembangan Pemasaran Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Banjarbaru*. *Jurnal Riset Inspirasi Manajemen dan Kewirausahaan* 5(1), 50-57.
- Aditya, S., Agachi, R., Aqilah, D., Nugroho, R. D., Mulyani, E., Widiharti, A. R. R., & Sukaris. (2024). *Pembuatan Minuman Teh Herbal ” Jelang Tea ” Sebagai Inspirasi Produk Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Ukm) Kampung Siba Klasik Dan Sebagai Peningkat Immunitas Tubuh*. *DedikasiMU (Journal of Community Service)*, 6(1), 87–95.
- Diana, S. N., Octavia, P., Azizah, V. A., Firmani, U., Rahim, A. R., Widiharti, & Sukaris. (2024). *Sosialisasi Pemanfaatan Tanaman Obat Keluarga Untuk Pencegahan Stunting*. *DedikasiMU (Journal of Community Service)*, 6(1), 105–111.