

PENINGKATAN PENJUALAN UMKM MELALUI PEMASARAN DI MEDIA SOSIAL DAN PENINGKATAN KEMAMPUAN KOMUNIKASI DENGAN KONSUMEN PADA SIDHI ULAM ANYAR DESA DARMASABA

Putu Wenny Saitri^{1,*}, Ni Kadek Dian Rahayuni²

^{1,2}Universitas Mahasaraswati Denpasar, Bali, 80233, Indonesia

*Email: wenny.saitri@unmas.ac.id

ABSTRAK

Perkembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di wilayah pedesaan memiliki peran penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi lokal. Namun, keterbatasan akses pemasaran dan kurang optimalnya komunikasi dengan konsumen sering menjadi hambatan utama. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi peningkatan UMKM Sidhi Ulam Anyar di Desa Darmasaba, melalui pemanfaatan media sosial dan peningkatan kualitas komunikasi saat transaksi. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan deskriptif, meliputi observasi partisipatif, wawancara mendalam dengan pelaku UMKM di Sidhi Ulam Anyar, serta survei terhadap konsumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan media sosial, khususnya Instagram, secara signifikan membantu UMKM dalam memperluas jangkauan pasar, dan menarik minat konsumen baru. Selain itu, komunikasi yang efektif selama proses transaksi seperti respons cepat, penggunaan bahasa yang sopan santun, menggunakan etika dalam transaksi, menerima dan menanggulangi komplain dari konsumen dengan cepat, dan penjelasan produk yang jelas berdampak positif terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan. Kombinasi antara strategi pemasaran digital dan interaksi personal yang baik terbukti mampu meningkatkan omset penjualan serta memperkuat hubungan antara pelaku usaha dan konsumen. Implikasi dari penelitian ini adalah pentingnya pelatihan bagi pelaku UMKM di Sidhi Ulam Anyar dalam mengoptimalkan media sosial dan keterampilan komunikasi bisnis. Dukungan dari pemerintah dan pihak terkait dalam penyediaan infrastruktur digital juga diperlukan untuk memaksimalkan potensi UMKM di daerah pedesaan.

Kata Kunci : UMKM, media sosial, komunikasi, pemasaran.

ANALISIS SITUASI

UMKM Sidhi Ulam Anyar di Desa Darmasaba memiliki potensi besar untuk meningkatkan penjualan melalui pemasaran digital, namun masih menghadapi beberapa tantangan. Produk makanan tradisional khas Bali seperti sate lilit dan lawar memiliki cita rasa autentik yang bisa menarik minat konsumen lokal maupun wisatawan. Namun, pemasaran masih terbatas pada lingkup lokal karena kurangnya pemanfaatan media sosial secara optimal. Selain itu, persaingan dengan produk sejenis di pasar online membuat UMKM ini perlu membangun strategi branding yang kuat. Dengan media sosial yang tepat, produk ini bisa menjangkau pasar lebih luas dan meningkatkan omset penjualan.

Permasalahan utama dalam pemasaran digital UMKM ini adalah kurangnya strategi konten dan pengetahuan digital marketing. Konten promosi yang ada cenderung monoton, hanya menampilkan harga dan foto produk tanpa narasi yang menarik. Pengelola UMKM juga belum memanfaatkan fitur-fitur media sosial seperti hashtag, atau iklan berbayar untuk memperluas jangkauan. Kualitas visual yang kurang profesional, seperti pencahayaan dan angle foto yang kurang tepat, turut mengurangi daya tarik promosi. Padahal, konten yang kreatif dan informatif bisa menjadi kunci untuk menarik minat calon pembeli.

Di sisi lain, komunikasi saat transaksi juga menjadi kendala dalam meningkatkan penjualan. Banyak konsumen mengeluh lambatnya respons saat menanyakan produk via WhatsApp atau Instagram DM. Informasi yang tidak jelas, seperti harga dan ongkos kirim, sering membuat calon pembeli bingung dan akhirnya mengurungkan niat beli. Pelayanan yang kurang ramah, terutama saat menangani komplain, juga berpotensi menurunkan kepercayaan konsumen. Padahal, komunikasi yang baik dan transparan bisa meningkatkan kepuasan pelanggan dan mendorong repeat order dan menjadi pelanggan tetap.

Solusi untuk meningkatkan penjualan UMKM ini meliputi optimalisasi media sosial dan perbaikan komunikasi transaksi. Di media sosial, perlu dibuat konten yang lebih menarik, seperti video proses pembuatan makanan atau testimoni pelanggan, serta penggunaan fitur Reels dan Stories untuk meningkatkan penjualan. Pelatihan digital marketing bisa membantu pengelola UMKM memahami cara menjalankan iklan berbayar dan berkolaborasi dengan influencer. Sementara itu, komunikasi transaksi perlu diperbaiki dengan respons yang cepat, informasi yang jelas, dan pelayanan yang ramah, termasuk penanganan komplain yang profesional.

Dengan strategi ini, UMKM Sidhi Ulam Anyar bisa memperluas pasar dan membangun loyalitas pelanggan. Peningkatan kualitas promosi dan pelayanan akan membuat produk lebih dikenal, tidak hanya di Desa Darmasaba tetapi juga di wilayah Bali dan bahkan nasional. Dukungan dari dinas terkait atau komunitas lokal bisa mempercepat proses ini. Jika dijalankan secara konsisten, upaya ini akan berdampak pada peningkatan penjualan dan pertumbuhan usaha, sekaligus melestarikan kuliner tradisional Bali.

PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan Observasi dan wawancara yang telah saya laksanakan bersama dengan Ni Made Rahayu Laksmi, selaku pemilik UMKM dari Sidhi Ulam Anyar, Dimana terdapat beberapa permasalahan, diantaranya yaitu :

1. Kurangnya pengetahuan untuk mengelola media sosial Instagram menjadi hambatan bagi UMKM untuk melakukan promosi.
2. Kurangnya komunikasi yang baik dari karyawan UMKM kepada konsumen saat transaksi menyebabkan kesalahan pemahaman penawaran.

SOLUSI YANG DIBERIKAN

Berdasarkan permasalahan yang dihadapi yaitu kurangnya pengetahuan untuk mengelola media sosial menjadi hambatan untuk promosi dan komunikasi yang baik dari karyawan kepada konsumen yang menyebabkan kesalah pahaman saat transaksi di Sidhi Ulam Anyar. Terkait dengan permasalahan tersebut maka Solusi yang dapat diberikan yaitu sebagai berikut :

1. Melakukan sosialisasi tentang penggunaan media *Instagram* kepada pemilik usaha dan karyawan
2. Bagaimana membuat konten yang menarik untuk mempromosikan produk agar menarik perhatian para konsumen
3. Mulai melakukan *Endorse* kepada para konten kreator media sosial yang sedang viral dan dipercaya oleh Masyarakat
4. Melakukan pelatihan dan evaluasi secara berkala untuk mengetahui kendala karyawan dalam melakukan komunikasi yang baik saat berhadapan dengan konsumen
5. Mendengarkan setiap umpan balik yang diberikan oleh konsumen terhadap pelayanan yang diberikan oleh karyawan saat melakukan transaksi.

METODE PELAKSANAAN

Adapun beberapa metode dalam kegiatan ini untuk menjalankan program kerja di Sidhi Ulam Anyar, sebagai berikut :

- a. Metode Observasi
Pengamatan adalah alat pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengamati secara sistematis rencana program yang akan dilakukan di UMKM Sidhi Ulam Anyar. Pada metode ini penulis turun langsung untuk mengamati secara langsung di lokasi Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat.
- b. Metode Perencanaan Program
Berdasarkan hasil observasi dan identifikasi dimana mahasiswa turun langsung pada lingkungan UMKM Sidhi Ulam Anyar serta melakukan konsultasi dengan pihak pimpinan Sidhi Ulam Anyar dan dosen pembimbing, maka dapat direncanakan suatu program yang diharapkan dapat membantu permasalahan yang ada pada UMKM tersebut.
- c. Metode Pelaksanaan Program
Dalam pelaksanaan Program Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat, program kerja yang telah direncanakan untuk seluruh bidang dilakukan di UMKM Sidhi Ulam Anyar sesuai dengan program kerja dan waktu pelaksanaan yang telah dibuat.
- d. Metode Dokumentasi
Metode dokumentasi ini merupakan salah satu bentuk pengumpulan data yang paling mudah di dalam Program Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat, dalam hal ini dokumentasi sebagai bukti bahwa berjalannya Program Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat di UMKM Sidhi Ulam Anyar.

- e. Metode Evaluasi
Pembenahan akhir dan pemantauan pada pelaksanaan tugas yang telah dilaksanakan di UMKM Sidhi Ulam Anyar.
- f. Penyusunan Laporan
Pembuatan laporan sebagai rekomendasi untuk UMKM Sidhi Ulam Anyar ke depan, dimana laporan tersebut merupakan rangkuman dari Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat yang telah dilaksanakan.

HASIL PENGABDIAN DAN PEMBAHASAN

Adapun hasil dan pembahasan dari program kerja ini yaitu:

1. Hasil Sosialisasi Pentingnya Peningkatan Pemahaman para Karyawan dan Pemilik tentang pentingnya media sosial bagi peningkatan penjualan dan pemasaran, dan pentingnya komunikasi dengan konsumen saat transaksi pada UMKM Sidhi Ulam Anyar. Melalui sosialisasi, mereka belajar cara menggunakan media sosial dengan tepat dan menghasilkan konten yang menarik dan dapat menerapkan komunikasi dengan baik saat transaksi berlangsung.
2. Hasil Edukasi para Karyawan dapat lebih mengetahui tentang menggunakan media sosial dengan lebih tepat dan membuat konten yang menarik ini, dapat mendatangkan lebih banyak konsumen baru. Pelatihan ini juga membantu para karyawan dalam lebih baik melayani konsumen saat transaksi dengan lebih baik dalam menjelaskan produknya, penggunaan bahasa yang baik, sopan santun serta dapat menyelesaikan semua komplain dengan timbal balik yang sesuai dan membuat para konsumen merasa nyaman dan datang kembali untuk berlangganan.
3. Hasil dari semua proses yang sudah dilewati adalah sudah mulai banyak konsumen baru yang berdatangan karena melihat konten promosi di media sosial dan para konten kreator yang telah di endorse, serta para konsumen yang telah datang dan berbelanja mulai menjadi pelanggan tetap karena kenyamanan dalam melakukan transaksi karena kesopanan dan komunikasi yang baik antar para karyawan dengan konsumen dan juga penanganan baik dari setiap komplain yang ada.



Gambar 1. Mengedukasi pemilik UMKM Sidhi Ulam Anyar tentang peningkatan penjualan UMKM melalui pemasaran di media sosial.



Gambar 2. Mensosialisasikan kepada pemilik dan karyawan Sidhi Ulam Anyar pentingnya komunikasi yang baik saat transaksi.

SIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan yang dapat diambil dari kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah Program pengabdian kepada masyarakat Universitas Mahasaraswati Denpasar yang dilaksanakan di Desa Darmasaba, Kecamatan Abiansemal, Kabupaten Badung atau tepatnya pada UMKM Sidhi Ulam Anyar telah terlaksana dengan baik dan lancar. Pemilik UMKM Sidhi Ulam Anyar merasa terbantu akan program kerja yang dilaksanakan pada usahanya. Program kerja memberikan pelatihan akan penggunaan media sosial untuk pemasaran produk. Selain itu adanya pelatihan untuk membuat konten – konten kreatif yang menarik minat beli dari konsumen, mitra usaha juga mendapatkan pengalaman dalam melakukan *endorse* kepada konten kreator yang sedang viral dan dipercaya oleh masyarakat. Pemilik juga terbantu dengan adanya program kerja pelatihan komunikasi yang baik dan etika dalam transaksi serta

penanggungan terhadap complain dari konsumen yang menyebabkan para konsumen lebih nyaman dan puas saat berbelanja. Dengan adanya program-program kerja tersebut mampu meningkatkan pendapatan dan daya beli pada produk UMKM Sidhi Ulam Anyar yang merupakan usaha yang memperjual belikan olahan babi, ayam, dll.

Saran dalam program pengabdian kepada masyarakat Universitas Mahasarakswati Denpasar ini berjalan dengan baik serta terealisasi secara teratur. Dalam hal ini pelaksana menyarankan kepada mitra sasaran agar konsisten dan disiplin dalam menerapkan program-program kerja yang telah terlaksana, sehingga nantinya akan lebih meningkatkan keuntungan dan mengetahui perkembangan atau kelangsungan usaha mitra. Selain itu, program kerja yang telah dilakukan diharapkan mitra secara konsisten menerapkannya sehingga akan mendatangkan lebih banyak calon customer dan memperluas target pasar.

DAFTAR PUSTAKA

- APJII. (2023). *Survei Penetrasi Internet di Indonesia 2023*. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia
- Bappeda Kabupaten Badung. (2022). *Laporan Profil UMKM Desa Darmasab di UMKM Sidhi Ulam Anyar Tahun 2022*. Badan Perencanaan Pembangunan Daerah..
- Dinas Kominfo Kabupaten Badung. (2023). *Laporan Infrastruktur Digital Desa 2023*. Dinas Komunikasi dan Informatika.
- Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Badung. (2023). *Data Profil UMKM Desa Darmasaba di UMKM Sidhi Ulam Anyar*. Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Menengah.