



# MEMBANTU MENINGKATKAN STRATEGI PEMASARAN UMKM CAFÉ “ETERNO SOCIAL SPACE” MELALUI KONTENDAN ADS BERBAYAR

**Ferrel Shaquill Prianjani**  
(1151800281)

**Jupriono**  
*Program Studi Ilmu Komunikasi*  
*Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya*  
*E-mail : [ferrelshaquillfs@gmail.com](mailto:ferrelshaquillfs@gmail.com)*

## Abstrak

Dalam rangka meningkatkan jumlah customer dan membuat konten yang bertujuan untuk berkembangnya media sosial UMKM “Eterno Social Space”, Saya mahasiswa pelaksana program pengabdian Universitas 17 Agustus 1945 bermaksud membuat sebuah konten dan memberikan iklan berbayar kepada UMKM agar jangkauan mereka lebih luas dan makin banyak peminat. Di era digital ini media sosial bukanlah hal baru lagi bagi masyarakat banyak yang memanfaatkan media sosial ini sebagai sarana jual beli dan berkembangnya bisnis mereka, maka dari itu muncul fitur ads atau iklan berbayar yang berguna untuk mendapatkan view lebih dan cakupan yang lebih luas lagi agar pengguna media sosial tau bahwa konten milik UMKM ini sangat menarik dan membuat pengunjung berdatangan. Kemunculan ads berbayar ini harus di manfaatkan oleh UMKM ini dengan adanya ads berbayar ini dapat menguntungkan para pemilik UMKM karena menguntungkan dapat memberikan timbal balik yang bagus sehingga UMKM dapat berkembang pesat.

**Kata Kunci :** *ADS Berbayar, Konten Kreatif*

## PENDAHULUAN

Dalam beberapa tahun terakhir, kawasan di Jalan Kavling DPR Pagerwojo menjadi kawasan yang di penuh dengan coffe shop, ada puluhan coffe shop yang mulai berdiri di kawasan ini semenjak kehadiran Perusahaan Ritel Supermarket yakni Trasmart Sidoarjo semenjak adanya supermarket besar ini kawasan di sekitar jadi daerah yang di penuh dengan coffee shop yang dapat menarik minat dari kalangan muda-mudi maupun keluarga untuk berkunjung. Dan juga akses yang mudah di jangkau serta terletak di pusat kota tidak hanya masyarakat lokal saja yang datang berkunjung adapun dari luar sidoarjo yang datang berkunjung memutari kawasan Kavling DPR ini. Dengan adanya banyak coffeshop ini selaku pengusaha harus mengembangkan media sosial dan juga membuat inovasi yang dapat membuat kalangan lainnya tertarik dengan coffeshop mereka agar produk yang dijual dapat ramai pembeli dan juga banyak orang yang mengetahui perbedaan coffeshop ini dengan pesaing lainnya.

Perkembangan dunia pemasaran juga sudah mulai berkembang pesat semenjak munculnya media sosial banyak dari kalangan pebisnis yang mempromosikan dagangan atau prodak-prodak mereka melewati media sosial, dalam hal ini media sosial juga tidak akan ketinggalan mereka menyediakan paket untuk advertising atau yang biasa kita sebut ads. Dalam hal ini beberapa media sosial memberi tarif tersendiri untuk views maupun cakupan pengguna media sosial tinggal kita sendiri yang memutuskan mau membeli paket yang seperti apa. Contohnya TikTok media sosial yang kini sedang sangat ramai yang banyak digunakan untuk membuat konten video se-kreatif mungkin supaya bisa fyp. Istilah yang

biasa kita sebut fyp atau ForYourPage di TikTok ini banyak bermunculan yang beberapa dari mereka pengusaha yang mempromosikan produk mereka dengan semenarik mungkin yang membuat audience tertarik dan dari fyp itu tadi sang pelaku usaha mendapatkan audience yang banyak tentunya membuat produk bisnis mereka menjadi terkenal dan mempunyai ciri khas tersendiri.

UMKM Eterno Social.Space ini juga sudah memiliki akun instagram yang berguna untuk mempromosikan produk dagangan mereka dan membangun citra dalam bersaing, Eterno Social.Space tidak hanya menyediakan produk kopi tapi ada juga berbagai macam menu makanan dan es krim disini semuanya di olah tanpa bahan pengawet. Tetapi Eterno Social.Space disini mereka sedikit kekurangan untuk stok konten dan masih kurang mencakup audience. Maka dari itu promosi dalam media sosial kini sangat penting dan berpengaruh bagi usaha coffeshop seperti Eterno Social.Space demi membangun citra dan di kenal masyarakat luas agar tertarik berkunjung dan mendapatkan feedback yang bagus.

### **Temuan Masalah**

Masalah yang di dapati yaitu kurangnya konten kreatif yang di posting melalui media sosial dan cakupan audience yang kurang dalam meningkatkan citra yang didapati lewat media sosial sehingga UMKM kurang mendapati perkembangan melalui media sosial, karena betapa pentingnya mengembangkan media sosial sebagai media promosi dapat memperluas jaringan dan memperluas pasar jual.

### **METODE PELAKSANAAN**

Metode pelaksanaan yang akan dijalankan mahasiswa berupa berikut :

1. Melakukan survei ke lokasi tempat pelaksanaan pengabdian
2. Menyampaikan masalah dan solusi kepada selaku pemilik UMKM
3. Mengkoordinasi dan menyampaikan ide-ide tentang pembuatan konten dan pemasaran
4. Melaksanakan program pengabdian masyarakat sesuai dengan yang di rancang
5. Membuat laporan hasil akhir pengabdian masyarakat

### **Rincian Pelaksanaan**

#### **1. Analisis Situasi**

Analisis situasi Merupakan Analisa dan pengenalan terhadap lokasi tempat Kegiatan pengabdian masyarakat

#### **2. Permasalahan**

Permasalahan Merupakan Hasil yang didapati dari analisis situasi permasalahan ini merupakan masalah yang kini terjadi dialami oleh UMKM Café “Eterno Social Space”

Dari hasil analisis situasi dan permasalahan yang didapatkan mahasiswa di lokasi. Maka dapat disimpulkan:

#### **1. Ide**

Ide merupakan gagasan dan ide dari mahasiswa dalam mengatasi atau memberikan solusi bagi UMKM tentang masalah yang di hadapi

#### **2. Koordinasi**

Setelah menemukan ide, mahasiswa melakukan koordinasi dengan mitra dan perangkat desa tentang program kegiatan pengabdian di masyarakat yang akan dilakukan

#### **3. Persetujuan**

Setelah melakukan koordinasi dengan mitra mahasiswa melakukan persetujuan



kegiatan pengabdian Di masyarakat dilengkapi dengan dokumentasi.

4. Pelaksanaan

Pelaksanaan merupakan proses kegiatan pengabdian di masyarakat oleh mahasiswa yang dilakukan dilapangan.

5. Laporan

Laporan merupakan hasil data yang diperoleh mahasiswa dari proses kegiatan pengabdian di masyarakat yang kemudian disusun untuk laporan hasil akhir.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan di UMKM “Eterno Social Space” dilakukan oleh mahasiswa selama 12 hari berikut merupakan hasil selama kegiatan dilakukan:

**1. Koordinasi Pelaksanaan dengan Mitra**

Koordinasi dan juga meminta ijin dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat Di UMKM “Eterno Social Space”

**2. Pembelian dan Menyiapkan Properti**

Pembelian dan menyiapkan properti untuk foto dan video

**3. Melakukan Take Foto Dan Video Produk**

Disini mahasiswa melakukan pengambilan foto dan video produk yang akan di upload di mediasosial sebagai konten

**4. Pengeditan video dan foto**

Mengedit hasil dari konten foto dan video yang telah diambil

**5. Pengupload an Konten Dan Menambahkan Fitur ADS Berbayar**

Disini konten yang telah di edit akan diupload dan diberikan ADS berbayar supaya pencapaian kafe semakin banyak dan semakin menarik

## SIMPULAN

Kegiatan Pengabdian masyarakat membantu pemasaran UMKM “Eterno Social Space” dengan menambahkan konten dan juga ADS berbayar yang telah dilakukan telah mendapati feedback yang bagus sehingga café mulai makin ramai dan juga banyak customer yang mulai tertarik sehingga mendatangkan banyak pengunjung.

## SARAN

Kegiatan pengabdian membantu UMKM Café “Eterno Social Space” mendapatkan view atau audience yang banyak tetap melakukan seperti itu dan juga tetap mengaktifkan ADS instagram dan tiktok supaya terkenal secara luas.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terima kasih yang tulus atas kerjasama dan dedikasi yang diberikan oleh:

- Pihak Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya,
- Bapak Drs Jupriono MSi. Selaku dosen pembimbing lapangan,
- Mitra UMKM. Yang telah membantu menyelesaikan Kegiatan Pengabdian Masyarakat pada tahun 2021.



## DAFTAR PUSTAKA

<https://www.jurnal.id/id/blog/tips-dan-cara-unik-meningkatkan-penjualan-bisnis-kafe/>

<https://www.jurnal.id/id/blog/strategi-pemasaran-bisnis-kafe-yang-paling-efektif-untuk-anda-lakukan/>

<https://dikemas.com/7-strategi-komunikasi-pemasaran-cafe-kekinian>

Utami, R., Meilani , B., D., Arifianti , A., A. (2019). *JHP 17 (Jurnal Hasil Penelitian). PEMANFAATAN APLIKASI PEMASARAN ONLINE UNTUK PENINGKATANKAPASITAS PENJUALAN INDUSTRI RUMAHAN PRODUK KREATIF*. <http://jurnal.untag-sby.ac.id/index.php/jpm17>