

## Pemberdayaan Sosial Media Marketing untuk Meningkatkan Penjualan Produk UMKM Menggunakan Landing Page Sederhana

**Amadea Gabriele Rosdalia Hariandja**

*Universitas 17 Agustus 1945,*

[amadeagab1407@gmail.com](mailto:amadeagab1407@gmail.com)

### **Abstrak**

*Di era digitalisasi, semua pekerjaan manusia sudah mulai membutuhkan kemajuan dan perkembangan dalam dunia digital. Termasuk dalam kegiatan ekonomi dan bisnis, sejak pandemi melanda Indonesia kegiatan penjualan melalui internet semakin marak terjadi. Hal ini dikarenakan dengan media sosial kegiatan pemasaran pun semakin mudah dilaksanakan dan target market yang dapat di tuju sangatlah luas. Dilansir dari kompas.com pengguna internet di Indonesia pada awal tahun 2022 ini dilaporkan mencapai 210 juta jiwa. Dari jumlah ini, mayoritas pengguna mengakses internet lewat ponsel untuk membuka media sosial. Kesempatan ini harus dimanfaatkan sebaik mungkin oleh para pelaku bisnis di Indonesia khusus nya para pelaku UMKM yang masih melakukan kegiatan jual beli secara langsung atau offline. Namun, di dalam kegiatan sosial media marketing, landing page dan konten yang dibuat pun harus atraktif dan persuasif sehingga dapat mengundang leads yang berpotensi. Maka dari itu program kerja ini dilaksanakan untuk memaksimalkan kegiatan jual beli para pelaku UMKM dengan memanfaatkan fitur-fitur media sosial Instagram dan juga landing page menarik yang akan memudahkan beberapa UMKM untuk melakukan promosi yang akan menarik leads yang sesuai.*

*Kata kunci: Digitalisasi, Sosial Media Marketing, Landing Page, Leads*

### **Pendahuluan**

Sejak pandemi melanda, banyak pelaku bisnis dan UMKM yang merasakan dampak negatif. Kegiatan jual beli yang selama ini dilakukan secara langsung jadi terhambat dan menimbulkan penurunan omset yang signifikan. Dengan kemajuan jaman dan teknologi, saat ini digitalisasi dapat memudahkan kegiatan - kegiatan masyarakat salah satunya adalah kegiatan jual beli. Kegiatan jual beli secara online bisa dilakukan di berbagai platform dan sosial media, dilansir dari databooks.katadata.co.id Badan Pusat Statistik (BPS) melaporkan ada peningkatan sebanyak 78,18% pengguna internet pada tahun 2020. Sejak pandemi, kegiatan jual beli secara online dapat menjadi suatu cara marketing yang menjanjikan. Sebagai pelajar dan juga mahasiswa, selain memiliki tanggung jawab belajar dan menuntut ilmu mahasiswa juga harus bisa menjadi generasi yang dapat membuat bangsa berkembang menjadi lebih baik. Hal ini dapat dilakukan dengan mengimplementasikan yang sudah dipelajari dalam jenjang perkuliahan di masyarakat yang membutuhkan dengan mengedukasi dan menjadi pelopor kemajuan yang lebih baik pada yang membutuhkan. Dalam hal ini, kegiatan Kuliah Kerja Nyata dengan judul "PEMBERDAYAAN SOSIAL MEDIA MARKETING UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK UMKM MENGGUNAKAN LANDING PAGE SEDERHANA" dilaksanakan dalam upaya untuk membantu UMKM di RT 12 RW 5 Kremlangan untuk memanfaatkan sosial media marketing di Instagram menggunakan landing page sederhana dan konten marketing yang menarik untuk mengundang leads yang berpotensi melakukan pembelian sehingga dapat mendukung perekonomian warga. Dengan ada nya platform bersama yang memudahkan proses promosi dan branding, kiranya akan dapat membantu para mitra UMKM untuk mendatangkan leads yang nantinya akan selalu dapat difollow up saat adanya promo - promo menarik yang diadakan. Landing page memudahkan para UMKM untuk memberikan informasi dan

keterangan promo – promo produk kepada pelanggan lama dan juga pelanggan baru. Serta dengan ada nya landing page bersama, kegiatan promosi pun semakin mudah dilakukan untuk beberapa UMKM sekaligus.

## **Metode**

Dalam pelaksanaan merealisasikan program kerja KKN ini terbagi dalam beberapa tahap yaitu survey, pembekalan ilmu, produksi konten marketing dan pemasaran yang disusun untuk memudahkan para UMKM untuk melakukan promosi melalui sosial media marketing.

### **1. Survey**

Survey dilakukan kembali di hari pertama untuk memastikan kembali apa saja kesulitan masing - masing mitra UMKM dan dalam memasarkan produknya agar dapat menemukan solusi yang tepat dalam pengembangan strategi pemasarannya.

### **2. Pembekalan Ilmu**

Pembekalan ilmu dilakukan untuk mengedukasi para mitra UMKM tentang pentingnya sosial media marketing dan strategi - strategi yang dapat dilakukan oleh para mitra UMKM yang diharapkan mampu meningkatkan kinerja marketing. Kegiatan pembekalan ini dilakukan 3 kali pertemuan dengan 3 materi yang berbeda untuk mengedukasi para mitra UMKM RT 12 RW 05 Kecamatan Kremlangan agar mereka dapat memahami dan memiliki pengetahuan dasar sebelum menjalankan dan memikirkan strategi marketing yang akan dilakukan di media sosial.

### **3. Produksi Konten**

Kemudian langkah selanjutnya ialah dengan membuat strategi marketing dan juga alur dari kegiatan promosi yang akan dilakukan, setelah itu tak lupa untuk membuat akun di platform media sosial instagram dalam melakukan promosi dan memproduksi konten - konten menarik untuk membuat visual produk - produk yang dijual oleh UMKM terlihat bersaing dari para kompetitor. Berikutnya adalah membuat landing page sederhana untuk menambah profesionalitas dan membuat tampilan penjualan yang dimiliki oleh para mitra UMKM RT 12 RW 5 Kecamatan Kremlangan semakin lebih unik dan menarik juga yang tentunya akan memudahkan para pembeli untuk mendapatkan informasi & memesan produk.

### **4. Pemasaran Melalui Landing Page Sederhana**

Kegiatan pemasaran ini akan dilakukan dengan cara membuat pesan siaran (broadcast) dengan mengolah data - data kontak para pelanggan terdahulu dan juga calon pelanggan yang mengarahkan pada media sosial Instagram agar para pelanggan lama pun tahu mengenai platform yang memudahkan mereka mendapatkan informasi dan diharapkan dari ajang promosi melalui pesan siaran yang diarahkan pada media sosial instagram dan landing page dapat menambah engagement dan traffic yang positif terhadap kegiatan jual beli.

## **Hasil Dan Pembahasan**

Dalam pelaksanaan program kerja yang bertujuan untuk mengedukasi dan memberdayakan pentingnya sosial media marketing menggunakan landing page sederhana

memerlukan upaya yang spesifik agar berhasil secara maksimal. Beberapa tahap yang dilakukan antara lain.

### **1. Survey**

Kegiatan survey yang dilaksanakan berhasil mengidentifikasi masalah - masalah yang dihadapi oleh para mitra UMKM RT 12 RW 05 Krembangan. Yang mana para Mitra UMKM masih merasa kesulitan dalam menggunakan sosial media dan cara memmarketingkan nya. Hal ini disebabkan karna kurang nya pengetahuan para mitra UMKM RT 12 RW 5 Kecamatan Krembangan tentang teknologi. Selain itu para mitra pun kurang mengetahui cara menyusun dan membuat strategi - strategi yang tepat dalam mempromosikan produk - produk mereka, sehingga selama ini upaya pemasaran masih banyak dilakukan dengan cara direct selling offline. Yang mana, menurut Prihadi dan Susilawati (2018:17) strategi promosi melalui sosial media sangat bisa berpotensi untuk menaikkan kinerja pemasaran. Prihadi dan Susila menyebutkan juga dalam jurnalnya bahwa, “... dengan penyampaian melalui media sosial, pesan yang disampaikan akan tersebar luas dalam waktu yang sangat singkat, yang secara tidak langsung mempengaruhi pikiran konsumen untuk melihat produk yang disampaikan/dijual. Penggunaan strategi promosi melalui media sosial yang baik dan tepat merupakan inti dari pemasaran sebuah produk, sebab dengan hal ini pedagang dapat menangkap perhatian dari konsumen dan membuat produk lebih diingat dan tersebar meluas dari orang yang satu ke orang yang lainnya.”

Maka dari itu, hasil yang didapat dalam survey yang telah dilakukan telah dirasa cukup untuk mengidentifikasi sebagian masalah yang dialami oleh para mitra. Hasil survey ini kemudian dicocokan kembali dengan segera mencari tahu solusi yang tepat sehingga dapat menanggulangi masalah yang dialami. Diharapkan, bisnis yang dijalankan dapat berjalan selaras antara jenis - jenis produk yang dijual oleh para mitra UMKM dan target marketnya. Dan juga para mitra UMKM RT 12 RW 5 Kecamatan Krembangan dapat menemukan strategi promosi yang tepat, yang nantinya akan membantu mereka menarik leads yang berpotensi melakukan pembelian.

### **2. Pembekalan Ilmu**

Dalam prosesnya mengenal lebih dalam perkembangan teknologi dan tren sangat penting untuk diketahui karena hal ini menjadi salah satu pegangan yang dapat digunakan para mitra UMKM dalam kesuksesan nya melakukan promosi dan kegiatan penjualan. Penting sekali untuk mengetahui pengetahuan dasar tentang sosial media. Maka, pada prakteknya dilakukan 3 kali pembekalan tentang pentingnya sosial media marketing untuk membantu para mitra memahami bahwa ada teknologi dan sarana yang dapat dimanfaatkan untuk melakukan kegiatan promosi yang efektif dan caranya cenderung tidak sulit dilakukan. Kemudian yang kedua, pembekalan tentang kiat - kiat bagaimana cara menentukan target market dan strategi yang tepat dalam promosi di sosial media yang akan digunakan dalam kegiatan marketing dan promosi yang dilakukan para mitra UMKM agar sasaran yang dikehendaki dapat tertuju dengan tepat dan sesuai. Kemudian yang terakhir adalah pembekalan tentang bagaimana cara mengelola akun jualan di media sosial & landing page sehingga pada akhir program para mitra masih dapat memanfaatkan fasilitas yang telah dibuat pada program ini dan dapat mengelola massa yang sudah berkumpul dalam media tersebut untuk melakukan promosi dan branding menggunakan produk - produk mereka.

Dalam kegiatan pembekalan ini para mitra UMKM pun dirasa sudah mulai memahami pentingnya manfaat sosial media dan bagaimana cara menggunakan nya. Karena seperti hasil penelitian yang dilakukan oleh Romdonny & Rosmadi (2018), "*Keterbatasan pengetahuan dari karyawan akan teknologi informasi serta kesempatan mengikuti pelatihan merupakan kendala yang dihadapi oleh pelaku usaha.*" Dikarenakan di penelitiannya Romdonny & Rosmadi menemukan bahwa peran media sosial sangat membantu dalam memasarkan produk bola sepak yang diproduksi PT. Sinjaraga Santika Sport Majalengka dan meningkatkan angka penjualan.

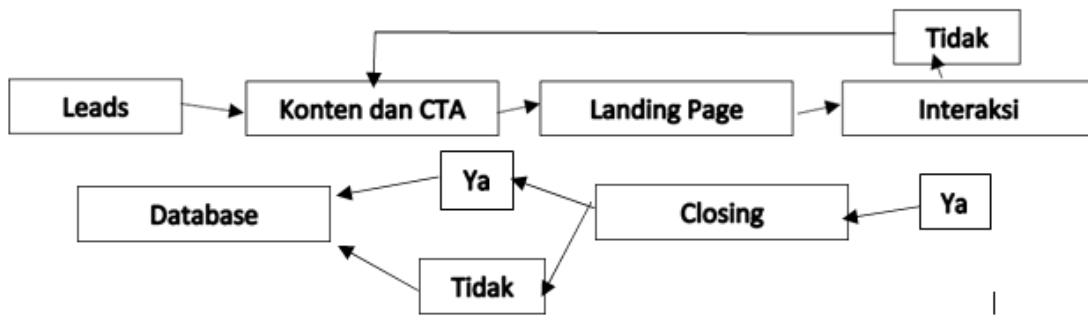
Maka dari itu melalui pembekalan ilmu & edukasi yang dilakukan untuk mitra UMKM RT 12 RW 05 Krembangan agar dapat memaksimalkan potensi bisnis nya melalui fasilitas yang disediakan oleh sosial media. Karena pada dasarnya perkembangan teknologi akan membantu manusia dalam mengerjakan sesuatu, salah satunya adalah berbisnis menggunakan teknologi seperti sosial media.

### 3. Produksi Konten

Dalam sosial media marketing, konten adalah jantung dari segala hal. Dalam media sosial konten dan visual yang menarik akan dapat menarik minat para pengguna media sosial untuk ingin tahu lebih dalam mengenai sebuah informasi. Maka dari itu proses pembuatan dan perencanaan konten marketing dilakukan secara berhati - hati dan seksama dengan menimbangkan kualitas foto produk, content plan, copywriting yang menarik dan juga call to action (CTA) untuk dapat mengajak para pembacanya untuk melakukan hal yang dikehendaki oleh si pemilik akun, yakni mengunjungi landing page yang tertera pada bio sosial media instagram @snackrembangku.ku.

Produksi konten dimulai dengan mempersiapkan platform media digital nya terlebih dahulu di sosial media Instagram dengan username @snackrembangku.ku, kemudian langkah selanjutnya adalah dengan memulai memproduksi foto produk yang menarik dan konten yang akan dipublish di media Instagram. Setelah konten terkumpul dan memiliki foto produk, pembuatan landing page sebagai layar Utama dalam bio Instagram sangat penting untuk berisikan informasi - informasi penting terkait nomor pemesanan dan lain sebagainya. Proses pembuatan landing page dibuat dengan berisikan informasi - informasi singkat mengenai produk dan promo produk dan menempatkan tombol call to action yang tersambung pada kontak para pemilik UMKM sehingga para pengunjung landing page dapat melakukan interaksi. Dengan interaksi yang dilakukan melalui landing page, kontak leads yang masuk dapat disimpan sebagai database para mitra UMKM untuk bisa melakukan follow up dikemudian hari, sehingga kegiatan promosi tetap dapat berjalan pada calon - calon customer yang didapatkan dari landing page ini.

Berikut adalah konsep alur kegunaan landing page dalam menggiring leads pada mitra UMKM sebagai acuan dalam membuat konten konten dan call to action atau CTA yang menarik para leads.



#### 4. Pemasaran Melalui Landing Page Sederhana

Langkah dalam memasarkan produk melalui landing page sederhana adalah dengan menyebarkan informasi yang bertujuan untuk mengundang massa untuk mampir pada platform digital yang telah dibuat yaitu @snackrembangku dan melampirkan link landing page pada pesan siaran yang akan di blast pada kontak pelanggan para mitra UMKM agar para pelanggan dapat mendapatkan informasi - informasi terkait promo, diskon dan ketersediaan produk dengan mudah. Dengan memanfaatkan database atau kontak pelanggan lama dalam kegiatan promosi, dapat membantu mereka dalam mengetahui info dan promo terbaru yang dibuat oleh mitra UMKM dan nantinya diharapkan dapat menumbuhkan rasa ingin tau dan niat untuk membeli. Para mitra UMKM pun juga meminta beberapa konesinya untuk membantu mempromosikan dengan cara mengikuti dan membagikan konten @snackrembangku sehingga traffic yang masuk sangatlah memuaskan.

Dengan dilakukannya pemasaran dengan landing page sederhana ini, dinilai para pelanggan baru mengalami kemudahan dalam mencari tahu ketersediaan produk dan promo yang sedang berlangsung. Dengan tampilan landing page yang menarik, calon pelanggan pun tidak bosan dalam membaca informasi yang dimuat didalamnya. Namun, untuk para pelanggan tetap ditemukan agak mengalami sedikit kesulitan dalam mengakses landing page dan sosial media instagram karena keterbatasan gadget dan kuota dan juga faktor gaptek yang mana juga tidak memiliki akun instagram lalu memilih langsung menghubungi melalui whatsapp seperti yang sudah dilakukan sebelumnya.

#### Kesimpulan

Pemberdayaan sosial media marketing merupakan salah satu sarana yang penting diketahui dan dimanfaatkan oleh para mitra. Program ini harus dilakukan oleh para pemilik UMKM agar para mitra dapat merasakan kemudahan dalam melakukan promosi untuk meningkatkan penjualan. Direct seliing memang penting untuk dilakukan, namun sosial media marketing juga sangat membantu jika bisa dimanfaatkan dengan baik. Dikarenakan ada banyak sekali orang yang menggunakan sosial media, dengan 1 strategi tertentu kegiatan promosi dapat dengan mudah dilakukan tentu dengan bantuan landing page sederhana yang menarik dapat membantu para pelanggan - pelanggan baru dan juga pelanggan lama dalam mengakses promo - promo yang tersedia dan juga ketersediaan produk yang juga semakin memudahkan para mitra UMKM RT 12 RW 5 Krempangan dalam memberikan informasi. Dalam berbisnis, mengikuti kemajuan teknologi dan tren adalah sebuah keharusan jika ingin bisnis tetap berjalan dalam berkembangnya jaman. Dengan program yang terlaksana dan

kemauan belajar dan berkembang dari para mitra, mitra UMKM RT 12 RW 5 Kecamatan Kremsangan dapat merasakan dan menemukan solusi dalam masalah - masalah yang ditemukan. Dan merasa sosial media bisa menjadi salah satu sarana yang memudahkan mereka untuk mempromosikan dan memasarkan produk produk yang mereka jual dengan strategi - strategi yang telah dipelajari bersama sama.

### **Ucapan Terima Kasih**

Ucapan terima kasih yang sebesar - besarnya saya panjatkan pada Tuhan Yang Maha Esa sehingga program yang telah disusun dapat terealisasikan dengan baik. Atas bimbingan dan rahmat nya sehingga saya dapat menyusun dan merealisasikan program yang luar biasa ini dengan lancar dan tidak terlalu mengalami banyak kendala. Tak lupa ucapan terimakasih saya ucapan kepada para mitra UMKM pak John, bu Liz dan bu Titin yang sudah mempercayai saya dalam memberikan edukasi dan bantuan dalam perkembangan bisnis yang mereka miliki serta apresiasi dan semangat nya untuk terus menyimak dan membantu melaksanakan realisasi dari program yang saya buat. Saya sangat berterimakasih juga atas masukan - masukan yang diberikan kepada saya sehingga saya pun bisa mengevaluasi diri saya dan program yang telah saya buat. Tak luput juga pak RT 12 yang juga mendukung saya dalam pelaksanaan program kerja yang telah saya susun, dan memberikan saya dukungan dan kepercayaan untuk bisa membantu para mitra UMKM di RT 12 RW kecamatan Kremsangan ini, sangat besar harapan saya semoga program kerja yang sudah terlaksana ini dapat membantu dan memudahkan kegiatan promosi para pemilik UMKM di RT 12 RW 5 Kremsangan dalam waktu yang panjang dan dapat membantu menghasilkan income atau pemasukan yang diharapkan. Dengan adanya landing page yang dibuat dapat diubah dan disesuaikan sepanjang waktu dapat menggiring leads dan menambah database yang dapat digunakan untuk mempromosikan produk dan promo - promo kedepannya. Sekian program kerja yang dapat saya laksanakan, sekali lagi saya sangat berterimakasih atas kerjasama dan bantuan yang diberikan selama proses pelaksanaan program kerja, kurang lebihnya saya mohon maaf sebesar - besarnya dan terima kasih.

### **Daftar Pustaka**

- Anggia, M. N., & Shihab, M. R. (2018). Strategi Media Sosial Untuk Pengembangan Umkm. *Jurnal Terapan Teknologi Informasi*, 2(2), 159-170.
- Bakhri, S., & Futiah, V. (2020). Pendampingan dan Pengembangan Manajemen Pemasaran Produk UMKM Melalui Teknologi Digital Di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Loyalitas Sosial: Journal of Community Service in Humanities and Social Sciences*.
- Jatmiko, D., & Poerbowati, E. (2021). STRATEGI REYOG ONGGO PATI DI ERA KAPITALISME. *PARAFRASE: Jurnal Kajian Kebahasaan & Kesatraan*, 21(1).
- Prihadi D, Susilawati AD. (2018). Pengaruh Kemampuan E-Commerce dan Promosi di Media Sosial terhadap Kinerja Pemasaran. *Benefit Jurnal Manajemen dan Bisnis*. Volume 3 Nomor 1 halaman 17.
- Romdonny J, Rosmadi MLN. (2018). Peran Media Sosial dalam Mendukung Pemasaran Produk Organisasi Bisnis. *Ikraith Ekonomika*.
- Romdonny J, Rosmadi MLN. (2018). Peran Media Sosial dalam Mendukung Pemasaran Produk Organisasi Bisnis. *Ikraith Ekonomika*.