

# Strategi Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Pemasaran UMKM Kota Kediri di Era Ekonomi Digital

**Diana Tri Hapsari<sup>1</sup>, Thea Satmalra Thualviretha Provyanti Sujadi<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup>Teknik Informatika, Fakultas Teknik, Universitas Nusantara PGRI Kediri

E-mail: <sup>1</sup>[Dianatrih7@gmail.com](mailto:Dianatrih7@gmail.com), <sup>2</sup>[Thesatmalra@gmail.com](mailto:Thesatmalra@gmail.com)

**Abstrak** – Saat ini UMKM yang ada di kota Kediri sangatlah banyak. Perlu beberapa hal yang perlu dilakukan untuk mengetahui minat pasar saat ini. Ekonomi digital sangat berpengaruh terhadap hal ini. Karena mayoritas masyarakat sangat bergantung akan teknologi digital. Dalam memanfaatkannya perlu beberapa strategi sehingga bisa mendapatkan hasil yang diinginkan. Sebagai contoh media sosial dapat dimanfaatkan dalam strategi pemasaran UMKM kota Kediri saat ini. Sebelum menentukan strategi tersebut diharuskan melakukan observasi pasar, seperti berapa pendapatan perhari, berapa jumlah barang yang terjual dalam sehari. Tapi mayoritas masyarakat enggan untuk mencatat hal tersebut karena terkesan ribet yang penting mendapatkan laba dalam penjualan. Karena pemikiran seperti itu banyak UMKM yang belum maju dan berkembang. Di buatnya aplikasi pencatatan tentu akan sangat memudahkan pelaku UMKM. Kemudian observasi juga harus dilakukan pada konsumen, alasan apa saja yang memengaruhi konsumen untuk membeli produk tersebut. Sehingga dapat disimpulkan apa saja strategi yang baik dalam memanfaatkan era ekonomi digital.

**Kata Kunci**— aplikasi, ekonomi digital, Kediri, UMKM

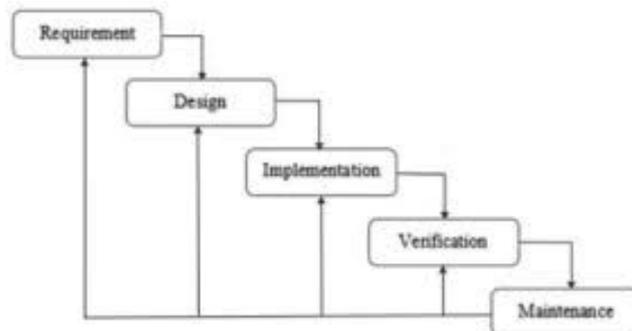
## 1. PENDAHULUAN

Perkembangan ekonomi digital di Indonesia mengalami perubahan seiring dengan perubahan perilaku masyarakat, 49,6% konsumen mencari informasi produk secara online sebelum melakukan pembelian (Riset Alvares, 2019) dengan demikian menjadi peluang bagi UMKM untuk memperluas akses pasar serta menjadi tantangan agar mampu bertahan di era digitalisasi[1]. Beberapa usaha yang dibina oleh Dinas Koperasi Usaha Mikro dan Tenaga Kerja Kota Kediri berdasarkan data dari Dinas Koperasi Usaha Mikro dan Tenaga Kerja Kota Kediri bahwa perkembangan sektor industri dan menengah mengalami peningkatan adanya pembinaan UMKM binaan Dinas Koperasi Usaha Mikro dan Tenaga Kerja Kota Kediri sangatlah di butuhkan guna untuk terus berkembang di antaranya yaitu peningkatan kompetensi SDM melalui pelatihan, peningkatan teknologi, standarisasi, mutu dan desain produk, pengembangan kelembagaan bisnis/ usaha, dukungan pembiayaan, promosi dan pemasaran, informasi serta pengembangan jaringan usaha (termasuk website), guna untuk meningkatkan volume penjualan[2]. Banyaknya pengguna media sosial menjadikan suatu fenomena tersendiri di era digital saat ini baik melalui perangkat mobile. Hal ini dibuktikan dengan adanya data yang menunjukkan bahwa 80% penggunaan internet melalui perangkat mobile digunakan untuk mengakses sosial media. Begitu banyak toko online yang ada di Indonesia atau dikenal dengan ecommerce. Berdasarkan data digital 2020 menunjukkan 8 dari 10 pengguna internet membeli produk atau jasa secara online dengan menggunakan perangkat mobile. Berdasarkan data menunjukkan bahwa 93% pengguna sudah mengetahui caranya bagaimana mencari informasi tentang suatu produk melalui internet kemudian melakukan kegiatan transaksi jual beli secara online[3]. Ekonomi digital adalah seluruh kegiatan ekonomi yang menggunakan bantuan internet dan kecerdasan buatan atau Artificial Intelligence (AI). Ekonomi digital dapat membuat perubahan pada kegiatan ekonomi masyarakat serta bisnis, dari yang awalnya manual menjadi serba otomatis.

Pengaruh kemajuan teknologi terhadap kegiatan perekonomian sudah diramalkan oleh Tapscott, yang pertama kali memperkenalkan terminologi digital economy sebagai era ekonomi baru. Dalam ekonomi baru, informasi dalam bentuk digital. Ketika informasi menjadi digital dan dikomunikasikan melalui jaringan digital, dunia baru kemungkinan terungkap. Sejumlah besar informasi dapat diperas atau dikompresi dan ditransmisikan dengan kecepatan cahaya. Kualitas informasi bisa jauh lebih baik dari pada transmisi analog. Berbagai bentuk informasi dapat digabungkan, informasi dapat disimpan dan diambil secara instan dari seluruh dunia, pada akhirnya memberikan akses instan kebanyakan informasi yang dicatat oleh peradaban manusia. Peralatan digital baru dapat dibuat sesuai kebutuhan dan berdampak pada sebagian besar aspek bisnis dan kehidupan pribadi[4]. Social Media adalah sebuah wadah yang memungkinkan manusia untuk berinteraksi secara online tanpa dibatasi ruang dan waktu. Social Media memberikan pengaruh yang signifikan terhadap perubahan sosial di masyarakat, khususnya di generasi milenial. Pengguna internet di Indonesia pada rentang usia 15- 19 tahun mencapai 91%, lalu

pada rentang usia 20-24 tahun sebesar 88,5%, 25-29 tahun sebesar 82,7%, 30-34 tahun sebesar 76,5%, dan 35-39 tahun sebesar 68,5%[5].

## 2. METODE PENELITIAN



Gambar 1 metode waterfall

Metode Waterfall merupakan metode pengembangan perangkat lunak tertua sebab sifatnya yang natural. Metode Waterfall merupakan pendekatan SDLC paling awal yang digunakan untuk pengembangan perangkat lunak. Urutan dalam Metode Waterfall bersifat serial yang dimulai dari proses perencanaan, analisa, desain, dan implementasi pada sistem. Metode ini dilakukan dengan pendekatan yang sistematis, mulai dari tahap kebutuhan sistem lalu menuju ke tahap analisis, desain, coding, testing/verification, dan maintenance. Langkah demi langkah yang dilalui harus diselesaikan satu per satu (tidak dapat meloncat ke tahap berikutnya) dan berjalan secara berurutan, oleh karena itu di sebut waterfall (Air Terjun). Pada penelitian ini memanfaatkan metode waterfall yang berguna sebagai pengembangan perangkat lunak. Model waterfall (metode air terjun) sering dinamakan siklus hidup klasik (classic life cycle) yang dimana hal ini menggambarkan dengan pendekatan yang sistematis dan berurutan[2].

Beberapa tahapan metode waterfall meliputi:

- a Analisis kebutuhan data sebagai indentifikasi masalah. Pada tahap ini peneliti harus mengetahui seluruh informasi mengenai kebutuhan software. Informasi tersebut bisa diperoleh dengan wawancara, survey, atau diskusi. Kemudian informasi yang sudah didapat dianalisis sehingga mendapatkan data data yang lengkap sesuai dengan kebutuhan.
- b Pembuatan desain dan rancangan sistem Desain dilakukan sebelum proses coding dilakukan. Tujuannya supaya dapat memberikan gambaran lengkap tentang apa yang harus dikerjakan dan bagaimana tampilan sistem yang akan dibuat. Sehingga dapat membantu menspesifikasikan kebutuhan hardware dan sistem.
- c Mengimplementasikan rancangan dan desain sistem daalm bentuk web Pada tahap ini dilakukan proses penulisan code. Pembuatan software akan dipecah menjadi modulmodul kecil yang nantinya akan digabungkan ke tahap selanjutnya. Tahap ini juga melakukan pemeriksaan lebih dalam mengenai modul yang sudah dibuat apakah sudah memenuhi fungsi yang diinginkan atau belum.
- d Pengujian hasil implementasi Untuk tahap ini dilakukan penggabungan modul-modul yang sudah dibuat sebelumnya. Kemudian akan dilakukan pengujian yang tujuannya untuk mengetahui apakah software sudah sesuai dengan desain yang diinginkan dan apakah masih ada kesalahan atau tidak.
- e Pemeliharaan dan pengembangan sistem. Pada tahap terakhir ini software yang sudah jadi akan dijalankan atau dioperasikan oleh pengguna[2].

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

UMKM yang ada dikota Kediri sangatlah banyak. Beberapa UMKM yang sudah observasi menunjukkan bahwa tanpa adanya pamaran luas melalui sosial media pendapatan atau penjualan cenderung dibawah target. Sedangkan saat mereka melakukan promosi menggunakan media sosialpun tidak selalu mendapatkan keuntungan lebih karena kurangnya view dan respon para konsumen yang berarti konten promosi kurang menarik. Berikut beberapa UMKM yang sudah dilakukan observasi.

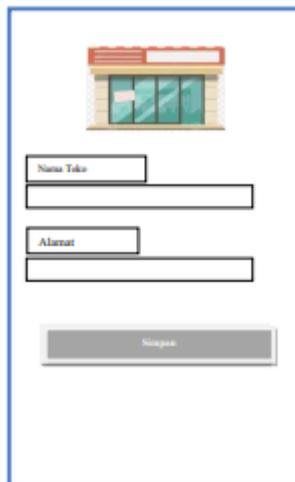
*Tabel 1 observasi ke 3 jenis UMKM*

UMKM	Hari-1	Hari-2	Hari-3
Pentol bakar	Terjual 50 porsi	Terjual 45 porsi	Terjual 60 porsi
Salad buah mbak Is	Terjual 20 porsi	Terjual 30 porsi	Terjual 62 porsi
Trifta	Terjual 10pcs	Terjual 16pcs	Terjual 23 pcs

Berdasarkan pada tabel 1UMKM setiap hari ada yang memiliki penurunan dan juga peningkatan. Hal tersebut terjadi karena tidak disusun strategi yang baik dan benar dalam melakukan promosi. Perlu dibangun sebuah sistem atau aplikasi guna membantu pelaku UMKM dalam mencatat penjualan mereka. Karena sistem manual yang banyak resiko dan sekarang sudah banyak yang memanfaatkan teknologi seperti *handphonem* maka diperlukan sistem atau aplikasi untuk membantu pembukuan.

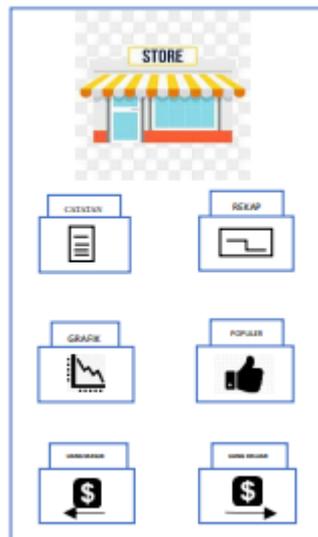
a. Desain sistem

Dalam membantu hasil pencatatan penjualan berikut rancangan desain aplikasi yang dapat digunakan.



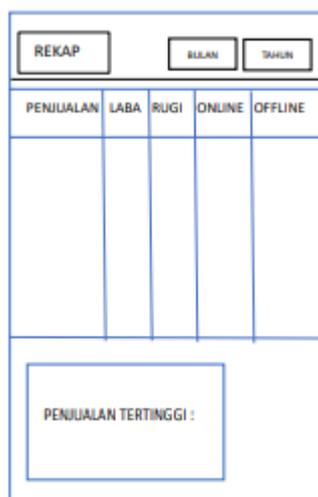
*Gambar 2 tampilan awal aplikasi*

Pada gambar 2 terdapat tampilan untuk memasukkan nama dan alamat toko.



Gambar 3 tampilan menu

Pada gambar 3 terdapat tampilan menu utama aplikasi yang terdiri dari beberapa menu mulai dari catatan, rekap, grafik, populer, uang masuk dan uang keluar.



Gambar 4 tampilan menu rekap

Pada gambar 4 terdapat menu rekap yang bisa di pilih sesuai bulan dan tahun yang diinginkan. Terdapat hasil penjualan, laba, rugi, dan jumlah penjualan *online offline*.

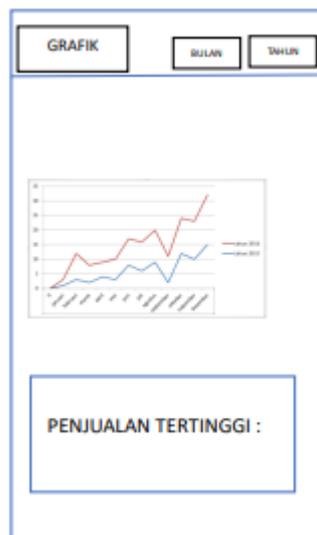
Catatan penjualan			Hari ini ▼	
Tanggal transaksi	total jumlah offline	online		

Total terjual :  
Online =  
Offline =

Simpan

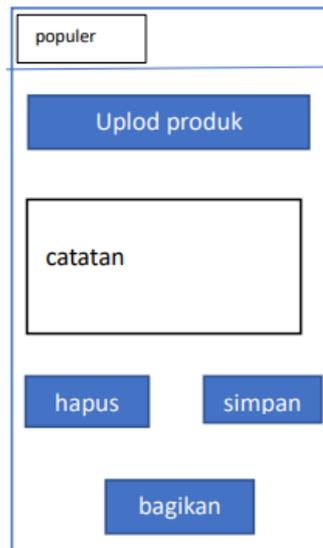
*Gambar 5 menu catatan*

Pada gambar 5 terdapat menu catatan yang dapat dilihat sesuai rentang waktu yang diinginkan.



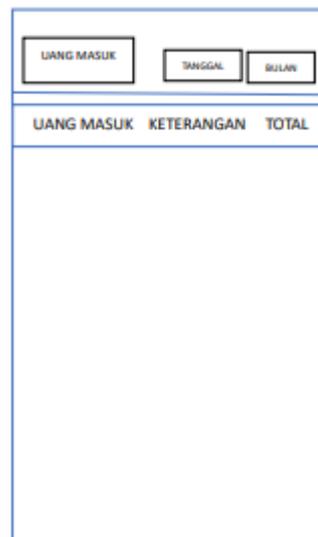
*Gambar 6 menu grafik*

Pada gambar 6 terdapat menu grafik penjualan untuk tiap bulannya sehingga dapat terlihat penjualan mana yang paling tinggi dan dapat membantu evaluasi penjualan tiap bulannya.



*Gambar 7 menu populer*

Pada gambar 7 terdapat menu populer yang berisi rangkaian produk yang bisa di *upload* dan dibagikan ke media sosial.



*Gambar 8 menu uang masuk*

Pada gambar 8 terdapat menu uang masuk yang dapat diurutkan berdasarkan tanggal dan bulan. Nantinya akan dimasukkan nominal uang dan juga keterangannya.

UANG KELUAR	TANGGAL	BULAN
UANG KELUAR	KETERANGAN	TOTAL

Gambar 9 uang keluar

Pada gambar 9 terdapat menu uang keluar yang dapat diurutkan berdasarkan tanggal dan bulan. Disini dapat dimasukkan nominal uang yang di gunakan beserta keterangannya sehingga dapat mengontrol pengeluaran jika berlebihan.

Dengan menggunakan rancangan aplikasi tersebut dapat membantu pelaku UMKM dalam menjalankan usahanya. Tentunya juga perlu dibarengi dengan promosi menggunakan media sosial dan media pendukung lainnya. Ada beberapa strategi untuk memanfaatkan media sosial dan media lainnya sebagai sarana promosi di era ekonomi digital adalah sebagai berikut.

- Membuat konten yang menarik dan mengikuti zaman.
- Memotret dan memvideo produk dengan jelas dan menarik.
- Membuat caption yang menarik.
- Memberi kata promo atau diskon pada postingan.
- Memberikan gratis ongkir pengiriman dengan minimal pembelian.
- Menggunakan kata-kata dan gambar yang bagus.
- Menggunakan warna yang menarik.

#### 4. SIMPULAN

Dengan memerhatikan beberapa hal kecil dapat membantu meningkatkan perekonomian para pejuang UMKM yang ada di Kota Kediri. Banyak sekali platform media sosial dan media pendukung lainnya yang dapat dimanfaatkan. Dengan rancangan aplikasi pencatat ini diharapkan pelaku UMKM dapat dengan mudah dalam melakukan pembukuan penjualannya. Dan dalam menggunakan strategi pemasaran yang baik dan benar sangatlah berpengaruh terhadap hasil yang akan didapat nantinya.

#### 5. SARAN

Masih banyak kekurangan dalam penelitian ini. Diharapkan pada penelitian selanjutnya akan ada perbaikan yang lebih baik lagi sebagai acuan pada pelaku UMKM yang ada di Indonesia.

#### DAFTAR PUSTAKA

- [1] NidaulKhasanah, F. *et al.* (2020) 'Pemanfaatan Media Sosial dan Ecommerce Sebagai Media Pemasaran Dalam Mendukung Peluang Usaha Mandiri Pada Masa Pandemi Covid 19', *Jurnal Sains TeknologidalamPemberdayaan Masyarakat*, 1(1), pp. 51–62. Available at: <https://doi.org/10.31599/jstpm.v1i1.255>. Srirejeki, K. (2016) 'Analisis manfaat media sosial dalam pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)', *Jurnal Masyarakat Telematika dan Informasi*, 7(1), pp. 57–68. Available at: <https://media.neliti.com/media/publications/233770-aplikasi-media-sosial-untuk-pemberdayaan-8768e77d.pdf>.

- [2] Viana, E.O., Ilham, M.Y. and ... (2022) 'Sistem Informasi Smart City Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Kota Kediri Berbasis Android', ... *Teknologi & Sains* ..., 1, pp. 213–221. Available at: <https://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/stains/article/view/1456%0Ahttps://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/stains/article/download/1456/1222>.
- [3] Maulana, I., Manulang, J.M. br. and Salsabila, O. (2020) 'Pengaruh Social Media Influencer Terhadap Perilaku Konsumtif di Era Ekonomi Digital', *Majalah Ilmiah Bijak*, 17(1), pp. 28–34. Available at: <https://doi.org/10.31334/bijak.v17i1.823>.
- [4] Fuadi, D.S., Akhyadi, A.S. and Saripah, I. (2021) 'Systematic Review: Strategi Pemberdayaan Pelaku UMKM Menuju Ekonomi Digital Melalui Aksi Sosial', *Diklus: Jurnal Pendidikan Luar Sekolah*, 5(1), pp. 1–13. Available at: <https://doi.org/10.21831/diklus.v5i1.37122>.
- [5] Nizar, N.I. and Sholeh, A.N. (2021) 'Peran Ekonomi Digital Terhadap Ketahanan dan Pertumbuhan Ekonomi Selama Pandemi COVID-19', *Jurnal Madani: Ilmu Pengetahuan, Teknologi, dan Humaniora*, 4(1), pp. 87–99. Available at: <https://doi.org/10.33753/madani.v4i1.163>.