



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research
Volume 3 Nomor 4 Tahun 2023 Page 4300-4309
E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246
Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

Optimalisasi Komunikasi Pemasaran Melalui Media Sosial Bagi Pelaku UMKM di Pulau Banda Neira, Kabupaten Maluku Tengah

Feky Reken^{1✉}, Rainier Hendrik Sitaniapessy², Victor Ernest Huwae³, Siska Jeannete Saununu⁴

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pattimura

Email : fekyreken90@gmail.com^{1✉}

Abstrak

Di era digitalisasi, banyak platform yang dapat membantu pelaku UMKM untuk meningkatkan penjualannya. Contohnya komunikasi pemasaran media sosial dengan menggunakan platform Facebook, Instagram, Tiktok. Dibutuhkan sebuah konten media sosial untuk menarik pelanggan seperti foto produk yang unik dan menarik. Namun, tanpa memiliki pemahaman dan keterampilan terhadap literasi digital, tentunya akan menyulitkan bagi para pelaku UMKM untuk dapat bersaing dalam perdagangan. Sehingga diperlukan pelatihan pemasaran digital secara berkala. Adapun kegiatan pengabdian masyarakat menyoar para pelaku UMKM di Banda Neira, Kabupaten Maluku Tengah. Kegiatan tersebut dilaksanakan di balai desa kampung baru banda neira. Tujuan dari kegiatan yaitu memberikan pemahaman dan ketrampilan bagi pelaku UMKM yang ada di banda neira dalam menggunakan media sosial sebagai komunikasi pemasaran sehingga penjualan produk dapat lebih efektif dan menghasilkan keuntungan maksimal. Disisi lain dapat menyerap tenaga kerja sehingga perekonomian di banda neira bisa meningkat bukan hanya di tunjang dari segi wisata alam, melainkan produk makanan seperti manisan pala, halua kenari, kopi kayu manis yang bisa menjadi buah tangan bagi para wisatawan saat berkunjung ke banda neira.

Kata kunci: *Komunikasi Pemasaran, Media Sosial, UMKM*

Abstract

In the digitalization era, there are many platforms that can help MSME players to increase their sales. For example, social media marketing communication using the Facebook, Instagram, Tiktok platforms. It takes a social media content to attract customers such as unique and attractive product photos. However, without having an understanding and skills in digital literacy, it will certainly make it difficult for MSME players to compete in trade. So that periodic digital marketing training is needed. The community service activities targeted MSME players in Banda Neira, Central Maluku Regency. The activity was held at the village hall of kampung baru banda neira. The purpose of the activity is to provide understanding and skills for MSME players in Banda Neira in using social media as marketing communication so that product sales can be more effective and generate maximum profit. On the other hand, it can absorb labor so that the economy in banda neira can increase not only in terms of natural tourism, but food products such as candied nutmeg, halua walnuts, cinnamon coffee which can be souvenirs for tourists when visiting banda neira.

Keyword: *Marketing Communication, Social Media, MSMEs*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi telah memberikan dampak yang signifikan terhadap dunia pemasaran. Sebelumnya, pemasaran yang dilakukan secara konvensional, seperti melalui iklan cetak, spanduk, brosur dan promosi langsung (Tresnawati & Prasetyo, 2018). Namun dengan adanya teknologi informasi, dunia pemasaran menjadi lebih canggih dan efektif. Pemasaran digital menjadi pilihan yang populer di era sekarang, dimana konsumen dapat dijangkau melalui media online seperti media sosial, website dan email marketing (Trulline, 2021).

Selain itu, teknologi informasi juga memungkinkan data konsumen untuk dikumpulkan dan dianalisis secara lebih efisien. Sehingga dapat digunakan untuk optimalisasi promosi pemasaran yang lebih efektif (Achmad et al., 2020). Dalam hal ini, perkembangan teknologi informasi telah mengubah tatanan dunia pemasaran menjadi lebih efektif, efisien dan terukur, serta adaptif dengan kebutuhan pasar yang berubah-ubah. Hal ini tentunya akan memberikan peluang yang besar bagi pelaku UMKM untuk dapat mencapai target pasar yang lebih luas dan meningkatkan efektivitas dalam menjalankan kegiatan pemasaran (Hamza & Agustien, 2019a).

Usaha Mikro Kecil Menengah atau disingkat UMKM memiliki peran penting dalam pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Peran tersebut diantaranya adalah mampu menyerap tenaga kerja, mengatasi masalah kemiskinan (Hamza & Agustien, 2019b). Pulau Banda Naira adalah salah satu pulau di Kepulauan banda, dan merupakan pusat administrasi kecamatan banda, Kabupaten Maluku Tengah. Perjalanan untuk mencapai pulau ini dapat ditempuh

Copyright @ Feky Reken1✉, Rainier Hendrik Sitaniapessy, Victor Ernest Huwae,

Siska Jeannete Saununu

dengan menggunakan transportasi laut menggunakan kapal Pelni dengan waktu tempuh \pm 8 jam perjalanan dari Pelabuhan Yos Sudarso Ambon. Pulau Banda Neira terkenal dengan wisata Sejarah dan alam yang sangat indah bahkan memiliki palung laut terdalam di dunia, sehingga disebut sebagai surga wisata di Indonesia bagian timur. Pulau Banda Neira merupakan penghasil pala yang berharga. Bahkan Banda Neira disebut sebagai satu-satunya tempat penghasil pala terbaik di dunia. Pelaku UMKM di sana sudah mengolah buah pala tersebut menjadi camilan manis pala yang sangat digemari oleh wisatawan dan dijadikan sebagai oleh-oleh saat mereka kembali ke tempat asal. Selain buah pala yang diolah menjadi camilan manis pala dan sirup, ada juga produk andalan yang dikelola oleh pelaku UMKM di Banda Neira seperti makanan bakasang yang terbuat dari bahan utama daging ikan yang sudah dihaluskan, dan juga kopi pala kayu manis khas Banda Neira.



Gambar 1. Proses pengeringan buah pala dan ikan

Namun dalam perkembangannya, para pelaku UMKM di Banda Neira dihadapkan pada berbagai permasalahan dalam memasarkan produk. Pelaku UMKM belum dibekali dengan literasi digital yang baik. Mereka hanya memasarkan produk tersebut secara konvensional atau tradisional. Selain membuka toko offline, para pelaku UMKM akan mendistribusikan produk andalan mereka ke para perantara yaitu para pedagang yang menjual produk manis pala, kopi kayu manis, ikan bakasang di pasar tradisional yang berdekatan dengan pelabuhan Banda Neira. Para pelaku UMKM juga bekerjasama dengan pemilik hotel maupun guest house dalam memasarkan produk mereka kepada para wisatawan yang datang menginap.

Pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi telah menjadi cara terbaik untuk memperluas pasar dan menjangkau lebih banyak pelanggan. Salah satu kelebihan media sosial adalah kemampuannya dalam menyampaikan informasi yang lebih sederhana dan mudah

dipahami oleh khalayak. Dalam hal ini konten visual seperti gambar dan video menjadi lebih populer dan efektif dalam menarik perhatian pelanggan (Zubair et al., 2019).

Selain itu, media sosial juga memungkinkan para pelaku UMKM di Banda Neira untuk membangun hubungan dengan pelanggan secara lebih langsung dan personal. Hal ini dapat terjadi karena media sosial menyediakan fitur-fitur interaktif seperti komentar, like dan direct message yang dapat digunakan sebagai sarana untuk berkomunikasi dan membangun hubungan dengan pelanggan (Mufiddah, 2019). Kelebihan lain dari media sosial adalah jangkauannya yang global, sehingga pelaku UMKM dapat memperkenalkan produk andalan mereka kepada khalayak yang lebih luas, bahkan hingga keluar negeri. Hal ini dapat meningkatkan perekonomian di Banda Neira dan mengurangi tingkat pengangguran, karena pelaku UMKM dapat menyerap lebih tenaga kerja akibat lonjakan permintaan produk yang tinggi.

Adapun tujuan utama dari kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah memberikan pelatihan dan pendampingan bagi pelaku UMKM yang ada di pulau Banda Neira mengenai optimalisasi komunikasi pemasaran melalui media sosial yang lebih efektif dan aplikatif.

METODE

Metode yang dilakukan dalam pengabdian kepada masyarakat ini dibagi dalam beberapa tahapan yaitu:

1. Analisis Situasi

Dalam analisis situasi ini dijelaskan bagaimana melihat manfaat dan tantangan bagi pelaku UMKM di pulau Banda Neira dalam menggunakan media sosial.

2. Mempersiapkan pengabdian masyarakat dengan narasumber yang sesuai dengan topik.

3. Melakukan pengabdian masyarakat.

4. Memetakan masalah lebih terfokus dalam diskusi dengan pelaku usaha.

5. Memberikan solusi dengan menerapkan optimalisasi komunikasi pemasaran melalui media sosial.

PESERTA

Peserta yang terlibat dalam pengabdian ini berjumlah 30 orang, dan merupakan pelaku usaha di Banda Neira. Pengabdian masyarakat dilakukan pada tanggal 21 Agustus 2023. Narasumber dengan konsentrasi manajemen pemasaran berjumlah 4 orang. Sosialisasi ini dilakukan dengan metode Ceramah/sosialisasi dan pelatihan memasarkan produk UMKM dengan memanfaatkan optimalisasi pemasaran melalui media sosial

Copyright @ Feky Reken1✉, Rainier Hendrik Sitaniapessy, Victor Ernest Huwae,

Siska Jeannete Saununu

HASIL DAN PEMBAHASAN

Agar usaha UMKM di Banda Neira berkembang lebih pesat. Beberapa manfaat media sosial telah dirasakan oleh banyak pelaku UMKM. Berikut manfaatnya penggunaan media sosial secara umum:

a. Berbagi informasi secara *Real-Time*

Media sosial memberikan manfaat bagi pelaku UMKM dalam memasarkan produk mereka dengan fitur-fitur yang disediakan seperti chat. Dengan adanya fitur chat ini, pelaku UMKM dapat berkomunikasi dengan pelanggan potensial mereka secara langsung dan memberikan produk secara real-time. Hal ini memudahkan pelanggan dalam mendapatkan informasi yang mereka butuhkan tanpa harus menunggu lama. Selain itu, pelaku UMKM juga dapat memanfaatkan fitur chat ini untuk memberikan pelayanan purna jual seperti mengatasi keluhan pelanggan atau memberikan informasi pengiriman produk. Dengan adanya fitur ini, pelaku UMKM dapat memberikan pelayanan yang baik dan menjaga kepuasan pelanggan. Selain itu, dengan memanfaatkan fitur chat ini, pelaku UMKM juga dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap produk dan bisnis mereka.

b. Menjangkau target pasar

Dalam dunia bisnis, menjangkau target pasar yang tepat merupakan hal yang sangat penting untuk mencapai kesuksesan. Dalam hal ini media sosial dapat menjadi salah satu solusi yang efektif untuk mencapai target pasar yang tepat. Dengan media sosial pelaku UMKM dapat mempromosikan produk mereka dan menjangkau jutaan orang secara cepat dan efektif. Selain itu setiap platform media sosial juga menyediakan berbagai fitur dan tools yang memungkinkan bagi pelaku UMKM untuk menyampaikan konten produk mereka secara lebih tepat pada target pasar yang diinginkan.

c. Peningkatan perputaran informasi

Peningkatan informasi adalah salah satu manfaat penting dari penggunaan media sosial dalam mempromosikan bisnis dan produk. Dalam bisnis, sirkulasi informasi yang efektif dapat meningkatkan visibilitas produk, menarik minat calon pelanggan, dan meningkatkan penjualan. Dengan media sosial, informasi atau konten yang dibagikan dapat dengan mudah diteruskan atau dibagikan oleh pengguna lain, sehingga dapat mencapai potensi pelanggan yang lebih luas.

Dalam prakteknya, tidak semua pelaku UMKM mudah menggunakan media sosial sebagai alat promosi. Mereka masih menghadapi beberapa tantangan dan hambatan dengan penggunaan media sosial ini. Beberapa diantaranya sebagai berikut:

a. Keterbatasan pengetahuan dan ketrampilan digital

Copyright @ Feky Reken1✉, Rainier Hendrik Sitaniapessy, Victor Ernest Huwae,

Siska Jeannete Saununu

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) menghadapi kesulitan dalam mempromosikan toko online mereka menggunakan media sosial, sebagian karena keterbatasan pengetahuan dan ketrampilan teknis mereka. Ketika menggunakan media sosial untuk mempromosikan produk mereka, banyak pelaku UMKM masih kekurangan keahlian dan kemampuan digital yang diperlukan. Hal ini dapat menghambat keberhasilan pemasaran media sosial dan promosi produk. Ini menjadi tantangan bagi pelaku UMKM untuk mencapai target pasar dan memaksimalkan pemasaran produk ketika mereka tidak memiliki pengetahuan tentang cara menggunakan platform media sosial dengan tepat dan benar.

b. Kesulitan menyajikan konten yang menarik

Ketika pelaku UMKM menggunakan media sosial sebagai sarana promosi online store, mereka harus dapat menyajikan konten yang menarik dan relevan agar dapat menarik perhatian target pasar mereka. Namun tidak semua pelaku UMKM memiliki kemampuan dan keterampilan kreatif untuk menyajikan konten yang menarik. Hal ini dapat menjadi kendala bagi mereka dalam memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi.

Narasumber menyampaikan materi terkait manfaat dan tantangan bagi pelaku UMKM dalam menggunakan media sosial sebagai sarana komunikasi pemasaran pada kegiatan pengabdian kepada Masyarakat di Pulau Banda Neira di sajikan pada Gambar 2.



Gambar 2. Pembawaan materi dari Narasumber

Setelah menyampaikan manfaat dan tantangan yang dihadapi oleh pelaku UMKM di banda neira dalam menggunakan media sosial. Narasumber mencoba memberikan pemahaman dan wawasan mengenai branding dan pemasaran via online, untuk menunjang branding dan pemasaran online, pelaku UMKM juga memerlukan pelatihan foto produk untuk memperjelas apa yang dijual dan memperindah serta menjadi daya tarik pembeli. Dengan begitu keuntungan yang di dapat UMKM bisa meningkat sering berjalannya waktu.

Hal yang mendasar yang diajarkan kepada pelaku UMKM dalam pengambilan gambar adalah tentang konsep foto, komposisi foto, objek foto, dan juga pencahayaannya. Kadang mereka hanya asal mengambil foto produk mereka saja, tidak memikirkan konsepnya dulu.

Copyright @ Feky Reken1✉, Rainier Hendrik Sitaniapessy, Victor Ernest Huwae,

Siska Jeannete Saununu

Teknik asal jepret biasanya sering dilakukan, banyak dari mereka tidak memperhatikan apakah produk yang akan difoto sudah presisi dan pas ditengah, sehingga tidak ada objek lain yang mengganggu. Untuk pencahayaannya juga diberikan pemahaman bagaimana mengambil gambar agar tidak membelakangi cahaya sehingga gambar yang dihasilkan tidak gelap.

Pelatihan foto produk ini tidak harus menggunakan kamera canggih atau kamera profesional, mereka hanya berbekal handphone masing-masing. Ini dilakukan supaya pelaku UMKM di banda neira tidak ada alasan untuk tidak belajar melakukan foto produk. Karena materi yang sudah dipaparkan sebelumnya menunjukkan foto yang diambil dengan kamera canggih dan kamera handphone biasa akan sama bagusya jika mereka mengambil sudut pandang yang baik, tidak buram dalam pengambilan gambarnya.

Selain itu kondimen-kondimen atau properti pendukung yang digunakan juga bukan barang yang mahal atau susah dicari. Melainkan menggunakan barang atau bahan apapun yang ada di rumah. Untuk produk makanan seperti manisan pala. Bisa menambahkan kondimen buah pala asli, serta daun pala sebagai pendamping kondimen foto dengan menggunakan background kain hitam atau bisa menggunakan meja putih, sehingga foto yang dihasilkan lebih menarik. Bukan hanya itu, penentuan warna antara brackground, produk dan kondimen lain harus dipasangkan. Jika warna produk cenderung gelap bisa menggunakan latar warna yang lebih terang untuk memfokuskan produk yang dijual. Akan tetapi jika warna produk cenderung terang, ada baiknya memilih warna latar yang gelap.

Ada beberapa permasalahan lainnya yang sering di hadapi oleh para pelaku UMKM di banda neira yaitu tentang pola pikir dari pelaku UMKM. Mereka beranggapan bahwa menjalankan UMKM hanya untuk berjualan guna mendapatkan uang. Tetapi mereka tidak memikirkan jangka panjang kedepannya, bahwa pada kenyataannya menjalankan UMKM tidak hanya untuk mencari uang saja melainkan bagaimana strategi dan cara agar bisnis mereka dapat bertahan dalam jangka panjang dan tetap mendapatkan keuntungan. Padahal pelaku UMKM di banda neira telah memiliki handphone dan laptop didukung dengan jaringan internet yang stabil, selain itu mereka sudah memiliki akun media sosial seperti Instagram, facebook dan tiktok, namun mereka tidak memanfaatkan hal tersebut secara maksimal dalam menggunakan media sosial sebagai market place untuk memasarkan produk andalan mereka.

Ada beberapa pengetahuan yang bisa diberikan kepada pelaku UMKM yang ada di banda neira, terkait penggunaan media sosial sebagai komunikasi pemasaran untuk mengoptimalisasi penjualan yaitu:

a. Konsistensi

Konsistensi adalah salah satu faktor yang penting dalam memaksimalkan penggunaan media sosial sebagai sarana promosi online store bagi UMKM. Hal ini berarti pelaku UMKM harus konsisten dalam mengelola akun media sosial mereka, seperti konten yang diposting, waktu diposting, interaksi dengan follower seperti memberikan respon yang cepat ketika pelanggan membutuhkan informasi terkait produk yang dipasarkan, hingga penggunaan hastag yang relevan, dengan konsistensi, UMKM dapat membangun brand awareness yang kuat dan meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap produk yang ditawarkan.

b. Penggunaan fitur media sosial yang inovatif

Penggunaan fitur media sosial yang inovatif dapat membantu pelaku UMKM dalam memaksimalkan potensi media sosial sebagai sarana promosi online store mereka. Misalnya pelaku UMKM di Banda Neira dapat memanfaatkan fitur live streaming di Instagram, Facebook bahkan Tiktok. Jika memungkinkan pelaku UMKM bisa menggunakan fitur ads berbayar sebagai media promosi. Dengan menggunakan fitur ads, dapat membantu memetakan demografi customer dari segi usia, pekerjaan dan tempat tinggal agar lebih mudah mendapatkan pembeli yang potensial.

c. Gunakan wisatawan sebagai influencer marketing

Pelaku UMKM dapat bekerjasama dengan pihak perantara dalam hal ini pemilik hotel maupun guest house untuk memberikan sampel gratis kepada wisatawan berupa produk makanan seperti camilan manisan pala, halua kenari bahkan kopi pala. Sebagai umpan balik pihak hotel melakukan negosiasi kepada para wisatawan agar mengupload produk tersebut ke media sosial pribadinya. Memberikan review yang baik atau bisa mentag akun media sosial dari UMKM, sehingga secara tidak langsung pihak UMKM dapat diuntungkan karena mendapatkan promosi yang gratis dari para wisatawan. Sehingga mendapatkan omzet yang maksimal. Berjualan menggunakan media sosial harus memiliki strategi agar produk mudah dikenal dan dijangkau banyak orang.

Dokumentasi kegiatan pengabdian kepada Masyarakat bersama pelaku UMKM yang ada di Kampung Baru Banda Neira dengan tema "Optimalisasi Peran Masyarakat Sadar Wisata di Era Digitalisasi Berbasis Potensi Daerah Kepulauan di Banda Neira Kabupaten Maluku Tengah". Adapun kegiatan ini di terima langsung oleh Raja Desa Kampung Baru, Raja Rachmad Achmad. Beliau berharap kegiatan PKM ini dapat dilaksanakan secara berkala, agar para pelaku UMKM memiliki ketrampilan dan dapat mengembangkan usaha yang mereka kelola. Sehingga kedepannya Pulau Banda Neira bukan saja terkenal karena wisatanya akan tetapi ditunjang dengan produk makanannya, yang bisa bersaing dengan produk-produk makanan dari berbagai daerah yang ada di Indonesia.

Copyright @ Feky Reken1✉, Rainier Hendrik Sitaniapessy, Victor Ernest Huwae,

Siska Jeannete Saununu



Gambar 3. Pengabdian Masyarakat di Desa Kampung Baru Banda Neira

SIMPULAN

Kegiatan ini perlu dilakukan secara regular dalam upaya pendampingan yang berkelanjutan dan membantu memperluas pasar penjualan produk produk lokal yang ada di Banda Neira. Kegiatan pengabdian masyarakat ini memiliki manfaat yaitu para pelaku UMKM mendapatkan pengetahuan literasi digital terkait penggunaan media sosial dan cara memotret produk agar terlihat bagus saat dipromosikan di media sosial. Bagi pelaku UMKM yang sudah memiliki media sosial, diharapkan untuk mengubah akun media sosial dari pribadi atau akun personal menjadi akun bisnis. Diharapkan Pemerintah di pulau banda neira bekerjasama dengan Pemerintah Provinsi Maluku untuk rutin mengadakan pelatihan atau mengundang para praktisi dalam memberikan pengetahuan dan pemahaman menggunakan media sosial sebagai sarana penjualan, sehingga perekonomian di banda neira meningkat dan bisa menyerap tenaga kerja.

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, Z. A., Azhari, T. Z., Esfandiar, W. N., Nuryaningrum, N., Syifana, A. F. D., & Cahyaningrum, I. (2020). Pemanfaatan media sosial dalam pemasaran produk UMKM di Kelurahan Sidokumpul, Kabupaten Gresik. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, *10*(1), 17–31.
- Hamza, L. M., & Agustien, D. (2019a). Pengaruh perkembangan usaha mikro, kecil, dan menengah terhadap pendapatan nasional pada sektor UMKM di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, *8*(2), 127–135.
- Hamza, L. M., & Agustien, D. (2019b). Pengaruh Perkembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Terhadap Pendapatan Nasional Pada Sektor UMKM di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, *8*(2), 127–135.
- Mufiddah, A. (2019). Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran (Studi Kasus Owner Online Shop By_kk). *IAIN Ponorogo*.

- Tresnawati, Y., & Prasetyo, K. (2018). Pemetaan konten promosi digital bisnis kuliner kika's catering di media sosial. *Profesi Humas*, 3, 102–119.
- Trulline, P. (2021). Pemasaran produk UMKM melalui media sosial dan e-commerce. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 5(2), 259.
- Zubair, F., Bakti, I., & Yustikasari, Y. (2019). Pemberdayaan Perangkat Desa Terampil Bermedia dalam Membangun Kesadaran dan Kepedulian Masyarakat terhadap Lingkungan di Desa Cikeruh Kecamatan Jatinangor Kabupaten Sumedang. *Abdihaz: Jurnal Ilmiah Pengabdian Pada Masyarakat*, 1(2), 66–73.