

**MEDIA SOSIAL SARANA PROMOSI  
MEMBUAT BISNIS SEMAKIN LARIS**

Siti Husnul Hotima  
Program Studi Ilmu Administrasi Niaga  
STIA Pembangunan Jember  
\*Email: Sitihusnulhotima@gmail.com

**ABSTRAK**

Perkembangan teknologi yang semakin canggih saat ini menyebabkan masyarakat Indonesia tidak lagi dapat untuk melepaskan diri dari kegiatan komunikasi berbasis internet terlebih untuk memasarkan produk atau jasa. Suatu usaha yang dilakukan untuk melakukan pemasaran produk atau jasa dengan menggunakan media internet dapat disebut juga e-marketing. Meningkatnya jumlah pengguna internet di Indonesia dipastikan dapat meningkatkan penjualan suatu perusahaan atau bisnis. Keberhasilan dalam sebuah iklan atau promosi yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat terhadap Informasi Layanan Pendidikan di jejaring sosial sangat bergantung pada kemasan tampilan yang menarik dan berita yang disampaikan. Pencapaian keberhasilan tujuan promosi tersebut akan membutuhkan tindakan yang berkesinambungan dan tepat sasaran. Banyaknya pengguna media sosial menumbuhkan kepentingan baru yaitu berpromosi. Keunggulan promosi melalui Instagram adalah cakupannya luas karena media sosial menggunakan fasilitas online dan terhubung dimanapun.

**Kata kunci : Sosial Media, Promosi, Pemasaran.**

## I. Analisis Situasi

Kegiatan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) merupakan usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh individu maupun kelompok atau badan usaha. Biasanya UMKM kebanyakan dikelola oleh perorangan dan melibatkan keluarga. Selain itu, UMKM berperan dalam menyediakan lapangan pekerjaan, pencipta pasar baru dan inovasi, pemain penting dalam pengembangan kegiatan ekonomi lokal dan pemberdaya masyarakat, serta kedudukannya sebagai pemain utama dalam kegiatan ekonomi di berbagai sektor (Tedjasuksmana, 2015).

Seiring dengan makin berkembangnya teknologi, media sosial kini memiliki peran penting dalam hampir setiap aspek kehidupan. Apa yang dapat dilakukan pemilik usaha *offline* maupun *online* terkait tren ini? Mereka menggunakannya sebagai alat pemasaran. Banyak pemilik usaha memanfaatkan media sosial gratis seperti Facebook, Instagram, dan Twitter untuk

mempromosikan produk dan mendapatkan pembeli. Awalnya, mereka mengumpulkan pengikut (*follower*) di berbagai media sosial. Kemudian, secara konsisten mereka memuat produk-produk yang dijual sehingga dapat dilihat oleh para *followers* di media sosial.

Salah satu potensi yang dapat dimanfaatkan UMKM adalah potensi teknologi informasi saat ini. Teknologi informasi menawarkan banyak manfaat bagi UKM untuk meningkatkan produktivitas dan pemasarannya. Selain itu jugameningkatkan kesempatan UKM untuk bekerjasama dengan pengusaha lainnya (Neti, 2011). Salah satu teknologi informasi yang sedang berkembang pesat dan angat berpotensi untuk mendorong kinerja UKM adalah media sosial. Media sosial memiliki potensi menghubungkan banyak orang dengan mudah dan gratis (Edosomwan & Seymour, 2011).

Saat ini dapat dilihat dari data yang disampaikan oleh perusahaan penyedia situs jual beli online, dimana situs internet Kaskus

mengklaim bahwa jumlah transaksi mencapai Rp. 575 Miliar perbulan, Olx Rp. 300 Miliar perbulan. Belum lagi pelaku jual beli online melalui media sosial yang saat ini menjadimedia paling ampuh untuk dijadikan media pemasaran. Upright Decission menyampaikan bahwa rata-rata transaksi online di Indonesia didominasi olehsosial media Facebook sekitar (50%), Kaskus (14%), Twitter (12%), Wordpress(5%), LinkedIn (2%), dan sisanya 17% menggunakan sosial media lainnya. Untuk media sosial yang mulai banyak digunakan saat ini adalah Instagram, hal ini dikarenakan Instagram merupakan salah satu media terbesar saat ini yang paling banyak digunakan oleh pengguna di seluruh dunia (Lumpur & Lumpur, 2015).

Namun dalam berbisnis diperlukannya sebuah data untuk memilih media sosial yang sesuai dengan bidang UMKM masing-masing karena untuk setiap media sosial memiliki pengguna dengan karakteristik yang berbeda (Technologies,2012).

Di sisi lain Konsumen merupakan pangsa pasar yang dapat menciptakan penjualan dan keuntungan bagi pengusaha atau pengrajin. Jika jumlah konsumen perusahaan semakin meningkat maka penjualan dan keuntungan perusahaan semakin meningkat dan sebaliknya. Konsumen sebagai pangsa pasar merupakan indikasi bagi perusahaan yang ingin dapat tetap bertahan dalam industri. Dengan demikian, pangsa pasar merupakan kunci untuk mencapai kesuksesan dalam dunia bisnis. Pangsa pasar sebagai bagian pasar yang dapat diraih oleh perusahaan dan menjadi salah satu indikator peningkatan kinerja pemasaran perusahaan. Perusahaan mendapatkan pangsa pasar merupakan pekerjaan yang tidak mudah.Konsumen sebagai pangsa pasar selalu memiliki kebutuhan dan keinginan yang berbeda-beda serta terus berubah yang mengakibatkan konsumen dapat berganti-ganti produk dan merek. Berbagai strategi mempertahankan pelanggan perlu dipikirkan perusahaan karena mencari pelanggan baru jauh lebih

mahal daripada mempertahankan pelanggan lama (Kotler et al, 2006) salah satu untuk mempertahankan pelanggan adalah dengan melakukan promosi.

Sosial media sejatinya memang sebagai media sosialisasi dan interaksi, serta menarik orang lain untuk melihat dan mengunjungi tautan yang berisi informasi mengenai produk dan lain-lain. Jadi wajar jika keberadaannya dijadikan sebagai media pemasaran yang paling mudah dan murah oleh UMKM. Hal inilah yang akhirnya menarik para pelaku UMKM untuk menjadikan sosial media sebagai media promosi andalan dengan ditopang oleh website atau blog. Bahkan tidak jarang para pelaku UMKM hanya memiliki media sosial saja namun tetap eksis dalam persaingan.

Promosi adalah usaha mempengaruhi konsumen, menciptakan permintaan atas produk, dan merupakan salah satu acuan dari bauran pemasaran sehingga dapat meningkatkan penjualan dan share pasar, serta menjadi strategi untuk mempertahankan ketenaran

merk/brand. Cara-cara tersebut dapat dilakukan dengan bauran promosi yang terdiri dari Periklanan, Penjualan Personal, Promosi Penjualan, Publikasi, dan Pemasaran Langsung.

## II. Landasan Teori

Usaha budidaya ikan lele merupakan usaha yang mudah dijalankan, dalam merencanakan bisnis budidaya ikan lele, kami berencana ingin membudidayakan ikan lele di sekitar rumah saya (hadi) yang berada di jalan perjuangan 3, karena mempunyai halaman yang cukup luas untuk membuat kolam, serta agar dapat mengawasi perkembangan ikan dengan baik. Jenis ikan lele yang kami budidaya adalah jenis ikan lele sangkuriang. Jenis Lele sangkuriang adalah ikan budidaya air tawar yang sangat populer. Lele disukai konsumen karena berdaging lunak, sedikit tulang, tidak berduri, dan murah. Dari sisi budidaya, lele relatif tidak memerlukan banyak perawatan dan memiliki masa tunggu panen yang singkat. Peluang usaha budidaya ikan lele merupakan salah satu peluang usaha yang cukup diperhitungkan

saat ini. Apabila diperhatikan banyak terdapat penjual pecel lele yang memerlukan pasokan ikan lele setiap harinya, hal inilah yang membuat permintaan ikan tersebut menjadi semakin tinggi di pasaran dan membuka potensi peluang bisnis yang cukup menjanjikan. Ternak ikan lele relatif lebih mudah apabila dibandingkan dengan ikan air tawar lainnya seperti ikan mas atau mujair karena lebih tahan terhadap penyakit maupun kondisi lingkungan. dalam usaha ternak atau budidaya lele semakin menginspirasi banyak orang untuk ikut terjun dan berharap meraih kesuksesan dalam usaha ini. Ditambah lagi dengan semakin banyaknya informasi dari beberapa media tentang peluang usaha budidaya ikan lele yang semakin menjanjikan karena pasarnya yang luas dan permintaan akan ikan lele yang terus meningkat, bahkan belakangan ini telah ramai dibicarakan bahwa ikan lele akan ikut andil dalam komoditi ekspor, dikarenakan ada beberapa negara yang memang sangat membutuhkan pasokan ikan lele.

Dengan melihat perkembangan jaman yang semakin pesat dan kemutakhiran teknologi kita bisa membedakan beberapa Pemasaran yang dilihat dari segi Offline dan Online untuk memasarkan produk atau mencari dan mempertahankan pelanggan.

### **III. Identifikasi dan Perumusan Masalah**

Harus diakui berbisnis lele termasuk jenis lele yang menguntungkan dan potensial untuk dijalankan. Mengingat ikan lele termasuk ikan yang tidak rewel dan mudah untuk dirawat serta dibiarkan. Ikan lele juga tergolong pemakan segala jadi tidak sulit untuk masalah pakan. Kalaupun ada kesulitan, biasanya adalah cara pemasaran ikan lele. Pada skala usaha kecil/rumahan, memang tidak sulit menjula ikan lele hasil panen. Kadang tanpa perlu repot dengan pemasaran, Anda sudah bisa menjualnya dengan cukup memasang plang, “Jual Lele Segar” tepat didepan rumah.

Tetapi tidak sederhana itu kalau Anda menjalankan bisnis skala besar, banyaknya produksi lele yang anda hasilkan dan kadang ukuran

yang bervariasi membuat anda harus cukup seksama memperhatikan aspek pemasaran. Lalu bagaimana cara pemasaran ikan lele yang sekiranya akan efektif memaksimalkan penjualan ikan?. Berikut beberapa cara atau tips yang biasa anda gunakan untuk usaha lele yang anda kembangkan:

1. Penawaran ke penjaja pecel lele  
Rasanya memang ini cara yang paling cepat Anda temukan dalam benak anda ketika anda merencanakan cara pemasaran ikan lele yang anda panen. Seolah sajian pecel lele sajian rakyat seribu ummat, yang selalu digemari di segala kawasan dan di segala kalangan. Anda bisa menawarkan jalinan kerja sama untuk suplai lele bagi penjaja pecel lele. Yang penting anda membagi kolam sedemikian rupa sehingga anda bisa memastikan ada kesinambungan panen untuk memenuhi permintaan ini.
2. Penawaran sebagai Supplier Pasar  
Lele tidak hanya banyak dijual sebagai sajian kaki lima, tetapi

juga termasuk sajian yang banyak digemari rumah tangga. Ikan lele dengan rasa gurih, murah meriah dan mengandung nutrisi tinggi termasuk jenis ikan dengan permintaan tertinggi di pasar. Anda bisa menawarkan diri sebagai suplier bagi pedagang di pasar. Kadang untuk pemasaran ini, Anda harus bersiasat untuk mengalahkan suplier lama, atau setidaknya bisa mendapat bagian dari permintaan yang ada di pasar.

3. Temukan Produsen makanan berbahan lele  
Belakangan ini mulai banyak pelaku usaha menjalankan bisnis makanan dengan bahan baku lele. Mulai dari bisnis produksi abon lele, dendeng lele, sampai sionay lele, dan nugget lele. Temukan produsen dan tawarkan jalinan kerja sama dengan mereka. Bagi para pelaku usaha ini, kesinambungan suplai bahan baku sangat penting untuk perkembangan usaha mereka. Bekerjasama dengan produsen

makanan olahan berbahan lele merupakan salah satu cara pemasaran ikan lele.

4. Bekerjasama dengan pengepul  
Cara paling praktis dalam memasarkan ikan lele hasil panen adalah bekerjasama dengan pengepul. Perhatikan penawaran harga yang mereka lemparkan, bila perlu temukan beberapa tawaran pengepul supaya anda bisa menemukan harga terbaik untuk lele yang Anda Panen.
5. Olah Sendiri  
Bagian tersulit bila pemasaran ikan lele yang beratnya sudah berlebihan. Kadang pemilik merasa kesulitan untuk menjual ikan lele. Anda bisa membangun usaha sendiri usaha pengolahan lele menjadi aneka hidangan sesuai dengan kemampuan Anda seperti nugget lele, kerupuk lele, kerupuk kulit lele, abon lele dan sebagainya.  
Pasarkan melalui pasar terdekat atau via onlinen untuk mempercepat penjualan.
6. Kerjasama dengan Restoran

Selain menjalin kerjasama dengan usaha kaki lima Anda juga bisa mengembangkan pasar ikan lele hasil panen Anda ke pasar lebih elit dengan menyentuh pasar restoran. Ada banyak restoran yang mengolah lele sebagai salah satu sajian mereka. Biasanya tuntutan mereka sangat tinggi tentang kualitas dan ukuran, tetapi siap membayar lebih layak untuk tiap kg.

7. Kerjasama dengan Supermarket.  
Pasar lele ini sangat luas, dan digemari segala kalangan. Jadi tidak aneh kalau ikan lele juga ada di supermarket. Tentu dengan ketentuan yang lebih ketat, dengan cara pemasaran ikan lele Anda bisa mendapatkan harga yang lebih baik dan menguntungkan.

## VII. Khalayak Sasaran

Berdasarkan hasil yang diperoleh, baik dari pengembangan bibit lele, memproduksi ledrang (lele ladrang) serta berbagai macam motif kain Shibori. Dan untuk mencapai kesempurnaan pengembangan

produk dan strategi pemasaran disarankan:

1. Dibutuhkan semangat dan keberanian untuk terus melakukan inovasi. Oleh karena itu pengusaha lele dan pengrajin kain batik shibori perlu terus memompa semangat dan jangan pernah berhenti melakukan inovasi.
2. Membuka wawasan dengan banyak melihat referensi dan selera masyarakat terkini untuk menjadi sumber ide pengembangan motif.
3. Dilihat dari karakteristik usia konsumen yang paling banyak menyatakan sangat tertarik adalah konsumen dengan usia dewasa maka sebaiknya rancangan disain motif dibuat yang lebih elegan yaitu garis-garisnya simpel namun indah.

Memasarkan produk dagangan baik berupa barang ataupun jasa saat ini tidak terpaku dengan cara offline. Saat ini berjualan on line menjadi alternatif lain dan berpeluang besar usaha bisnis dan perniagaan di era

digital dengan dukungan teknologi mutakhir.

Konsumen semakin tertarik menemukan serta mencari barang atau jasa yang dicarinya, sebab, cara bertransaksi sudah dibuat semakin mudah.

Selling Online dengan cara menjual barang melalui internet menjadi profesi alternatif dalam rangka meminimalisir angka pengangguran di Indonesia. Menjual dengan cara online sangat mudah dilakukan oleh siapapun, dengan cost biaya yang nyaris tanpa modal.

### **VIII. Evaluasi Kegiatan**

Dalam satu usaha, pemasaran merupakan hal yang sangat penting, demikian juga halnya dalam pemasaran lele, namun sangat disayangkan jika kegagalan pemasaran produksi lele terjadi karena faktor usaha pemasaran yang kurang atau memang belum menjalankan strategi pemasaran lele secara maksimal, Peluang pemasaran lele sangat besar, ini bukan sekedar slogan atau propaganda, telah banyak survey dan riset-riset pemasaran dilakukan oleh orang-orang yang memang ahli dibidangnya,



kebutuhan masyarakat akan lele konsumsi memang semakin meningkat, Sebelum membahas tata cara pemasaran lele, yang pertama kita lakukan adalah mengetahui sasaran atau target pasar ikan lele konsumsi, mungkin telah banyak diinformasikan bahwa terdapat beberapa target pasar untuk ikan lele konsumsi, diantaranya adalah ; warung pecel lele, warteg, rumah-rumah makan lainnya atau bahkan resto-resto yang sudah mulai menawarkan menu special ikan lele, ditambah lagi belakangan ini semakin banyak berkembang tempat-tempat usaha yang mengelola daging ikan lele atau yang lebih dikenal dengan istilah lele olahan, mulai dari baso lele sampai dengan lele presto, ini baru target pemasaran lele secara umum, namun untuk orang-orang yang ingin melakukan pemasaran lele hal ini jangan dianggap remeh, dari tempat-tempat inilah sebetulnya daya serap kebutuhan lele sangat tinggi.

1. Menetapkan produk barang dengan strategi bisnis pemasaran, dari mana barang yang akan dijual. Bila

memiliki produksi sendiri, maka harus dapat menghitung jumlah barang yang akan dijual perminggu atau perbulan. Lalu kemana strategi pemasaran akan kita lakukan.

2. Membuat portal toko online sederhana dan gratis. Yang berisi penjelasan mengenai barang yang akan kita jual, sertakan pula nomor kontak penjual, cara bertransaksi dan kalau perlu supaya lebih meyakinkan tampilkan biodata.
3. Promosikan kemedi jejaring media sosial. Baik Facebook, Twitter, WhatsApp, dan sebagainya. Dengan tujuan untuk menarik pengunjung untuk datang ke toko online yang telah dibuat. Bila calon pengunjung atau konsumen tertarik dengan diskripsi barang yang telah diposting, maka secara otomatis akan menelpon pada nomor kontak yang tercantum diatas.
4. Aktif mempromosikan barang, tampilkan secara

jelas, dan harus memperhatikan etika bisnis dalam menulis promosi barang.

5. Memberikan layanan maksimal kepada calon konsumen, cara yang dilakukan seleyaknya seperti berjualan offline yaitu memberikan pelayanan dan kenyamanan serta keamanan bagi calon pelanggan. Ketika ada penelpon masuk menanyakan barang yang telah kita pajang, berikan penjelasan dengan santun, jelas dan tidak berbelit-belit. Berikan pilihan bertransaksi secara mudah dan aman.

Demikian tips menjual produk dengan menggunakan media sosial dengan menjual produk secara online agar barang yang kita tawarkan dapat laku keras dipasaran, Semoga dengan online ini dapat menginspirasi untuk memulai usaha dengan berjualan online produk lele dan kain shibori, dan dapat berkompetisi di dunia bisnis yang lebih luas. Amin.

## DAFTAR PUSTAKA

Pojok Bisnis. cara memasarkan ikan lele dengan jitu. <http://www.pojokbisnis.com/pemasaran/7-cara-pemasaran-ikan-lele-dengan-jitu> diunduh tanggal 16 Juli 2018. Jam 13.00

Blogspot. Tips mudah belajar menjual barang, <http://tip-bisnis.blogspot.com/2013/12/tips-mudah-belajar-menjual-barang.html> diunduh tanggal 16 Juli 2018. Jam 13.00