

## PEMANFAATAN SOSIAL MEDIA DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING UMKM DI DESA SAMPALAN KECAMATAN KUTAWALUYA

Annisa Alifa Nurhalizah, Syifa Pramudita Faddila  
Teknik Informatika, Fakultas Teknik  
Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
[If19.annisanurhalizah@mhs.ubpkarawang.ac.id](mailto:If19.annisanurhalizah@mhs.ubpkarawang.ac.id)<sup>1</sup>  
[syifa.pramudita@ubpkarawang.ac.id](mailto:syifa.pramudita@ubpkarawang.ac.id)

### Abstrak

Perkembangan teknologi dan informasi yang semakin pesat menuntut masyarakat untuk mulai mengenal dan selalu berhubungan dengan internet. Salah satu gaya hidup baru muncul saat ini adalah belanja melalui *social media*. Pemanfaatan Social Media tidak hanya dilakukan oleh perusahaan besar, tetapi dilakukan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). Penelitian ini dilakukan untuk mengidentifikasi pemanfaatan social media dalam meningkatkan daya saing UMKM di Desa Sampalan, Kecamatan Kutawaluya, Kabupaten Karawang. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan analisis kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan *social media* akan dapat meningkatkan pendapatan UMKM, produk yang dipasarkan akan lebih mudah dikenal oleh konsumen sehingga memudahkan dalam promosi dan meningkatkan kecepatan bertransaksi. Hal ini yang pada akhirnya akan dapat meningkatkan daya saing UMKM di Desa Sampalan, Kecamatan Kutawaluya, Kabupaten Karawang.

Kata Kunci: Perkembangan Teknologi, UMKM, *Social Media*

### Pendahuluan

Perkembangan teknologi dan informasi yang semakin pesat saat ini menuntut masyarakat untuk mulai mengenal dan selalu berhubungan dengan internet. Internet yang dahulu dianggap sebagai kecanggihan teknologi yang semu, pada saat ini menjelma menjadi dunia nyata yang berhasil menciptakan gaya hidup baru manusia modern, mulai dari handphone, netbook, laptop dan aneka gadget lainnya. Salah satu gaya hidup baru yang lahir adalah belanja melalui social media. media sosial adalah sarana bagi konsumen untuk berbagai informasi teks, gambar, video, dan audio dengan satu sama lain dan dengan perusahaan dan sebaliknya.(M. Prawiro, 2018)

Berdasarkan penelitian dan studi kasus di Australia, ada beberapa faktor yang mendorong para pelaku usaha dalam memanfaatkan penggunaan sosial media, (1) penggunaan komputer dan teknologi informasi oleh pelaku usaha, (2) penerapan Sosial media saat ini dan rencana di masa yang akan datang, (3) kendala dalam penggunaan Sosial media. Dikutip dari laman detik.com, laporan Google menyebutkan bahwa ketertarikan konsumen terhadap Sosial media mengalami pertumbuhan yang pesat di Asia Tenggara lebih dari dua kali lipat (Rakanita, 2019). Hal ini menunjukkan bahwa tidak hanya perusahaan besar yang memanfaatkan Sosial media, tetapi perusahaan mikro, kecil dan menengah pun memanfaatkan Sosial media dalam memasarkan produknya yang diharapkan akan menghemat biaya, waktu dan tenaga, sehingga dapat menciptakan harga jual yang mampu bersaing di pasaran. Dengan demikian konsumen akan memperoleh harga yang rendah dibandingkan dengan pembelian secara tradisional yang dilakukan secara manual. Saat ini Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) telah menjadi bagian penting dari sistem perekonomian nasional maupun daerah yang mampu mempercepat pertumbuhan ekonomi melalui misi penyediaan lapangan usaha dan lapangan kerja, peningkatan pendapatan masyarakat, berperan dalam meningkatkan perolehan devisa serta memperkokoh struktur ekonomi nasional (*UMKM Menjadi Pilar Penting Dalam Perekonomian Indonesia*, n.d.).

Jenis usaha yang terkenal dari UMKM di desa Sampalan yaitu produksi Susu Kedelai dan produksi Cucur. Sebagian besar hasil produk telah dipasarkan di daerah Karawang bahkan Kabupaten yang ada di Jawa Barat. Meskipun pemasaran UMKM di desa Sampalan sudah berjalan cukup baik namun UMKM tersebut belum menggunakan sosial media. Tidak memanfaatkan Sosial media akan berdampak pada lemahnya daya saing dan ketertinggalan dengan perusahaan-perusahaan yang telah memanfaatkan sosial media sebagai pemasaran yang efektif dan efisien. Seiring dengan persaingan bisnis yang semakin tinggi dan minimnya pemanfaatan sosial media dalam pengembangan bisnis UMKM, maka diperlukan pengkajian mengenai pemanfaatan sosial media dalam meningkatkan daya saing UMKM di Desa Sampalan, Kecamatan Kutawaluya, Kabupaten Karawang.

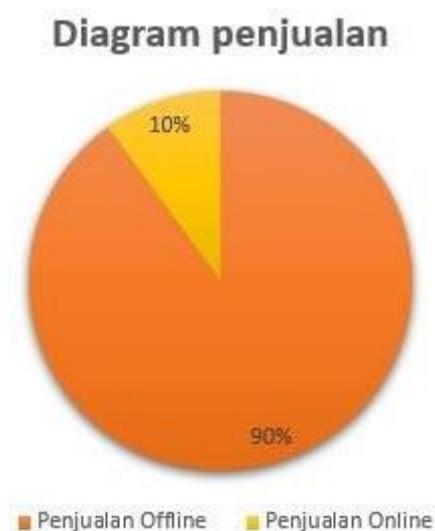
## **Metode**

Metode yang digunakan pada artikel adalah metode deskriptif. Metode ini digunakan untuk mendeskripsikan bagaimana fenomena aktivitas pelaku UMKM dalam memanfaatkan social media untuk meningkatkan daya saing usahanya. Analisis data dilakukan secara kualitatif, yaitu dengan mendeskripsikan jawaban responden yang kemudian disajikan dalam

bentuk table dan grafik. Penulis melakukan wawancara langsung pada beberapa pemilik UMKM yang ada di Desa Sampalan, Kecamatan Kutawaluya, Kabupaten Karawang yang memanfaatkan sosial media dalam kegiatan pemasaran dan penjualannya.

### Hasil Penelitian dan Pembahasan

Desa Sampalan, Kecamatan Kutawaluya, Kabupaten karawang memiliki banyak potensi yang strategis. Salah satu potensi yang dimiliki Desa Sampalan ialah UMKM yang sudah cukup berkembang dan menjadi primadona desa. UMKM yang sangat potensial perkembangannya dan dipilih oleh penulis sebagai bahan artikel ialah UMKM pembuatan makanan cucur dan UMKM pembuatan Susu Kedelai. Akan tetapi, masih sedikit pemanfaatan social media sebagai media promosi dan pemasarannya. Hal ini terlihat dimana konsumen terbanyak bersalah dari desa itu sendiri maupun dalam kota. Sehingga UMKM tersebut mengeluh tentang kesulitan dalam memasarkan produknya.



**Gambar 1. Data Penjualan Online dan Offline pada UMKM Desa Sampalan**

Sumber: Olah Data Penulis, 2022

Proses jual beli yang dilakukan oleh dua UMKM sejak juli 2022 melalui penjualan online (Sosial media) hanya 10%, sedangkan sisanya 90% masih menyalurkan barangnya langsung ke pasar tradisional. Mereka mempunyai anggapan bahwa dengan langsung menjual barang dagangannya ke pasar tradisional, maka barang tersebut akan lebih cepat terjual, lebih mudah dalam bertemu langsung dengan pembeli dan jarak pasar yang dekat dengan rumah mereka.

Sedangkan jenis media Sosial media yang digunakan oleh dua UMKM di Desa

Sampalan berbeda-beda, antara lain adalah Facebook dan WhatsApp. Media yang sering digunakan dan beberapa konsumen berasal dari media tersebut, hal ini dikarenakan media Facebook mempunyai tampilan atau alur yang paling mudah dipelajari dibandingkan dengan media sosial media lainnya. Pemanfaatan media sosial media akan memberikan tantangan pada UMKM untuk meningkatkan daya saing mereka, karena di dalam bisnis secara online terdapat persaingan yang sangat ketat. Faktor yang paling mempengaruhi para pelaku UMKM di Desa Sampalan dalam memanfaatkan sosial media adalah dapat memudahkan dalam promosi dan pemasaran produk. Tanpa melakukan promosi dan memasarkan produk secara terus menerus, maka usaha mereka akan tergerus dalam persaingan usaha yang semakin ketat. Selain itu, para pelaku UMKM juga menyadari bahwa mereka harus mengikuti perkembangan zaman yang semakin modern dan adanya tuntutan yang semakin besar untuk lebih kreatif dalam menjalankan usahanya. Adanya keinginan untuk mengembangkan bisnis juga menjadi salah satu factor yang mendukung pelaku UMKM untuk memanfaatkan sosial media, ketiadaan batas ruang dan waktu dalam dunia digital menjadikan usaha yang mereka lakukan akan membuka peluang untuk dapat menjual produknya sampai ke pasar global. Faktor lain yang mendorong pelaku UMKM memanfaatkan Sosial media adalah dapat membangun merk, mendekatkan dengan pelanggan, membantu komunikasi lebih cepat dengan pelanggan dan dapat memuaskan pelanggan dengan pelayanan yang lebih cepat.

Sedangkan faktor yang menjadi kendala dalam memanfaatkan social media adalah persaingan dalam dunia bisnis *online* ini sangat ketat, minimnya kepercayaan antara penjual dan pembeli, dan minimnya pengetahuan atau wawasan pelaku UMKM terhadap social media dan masih kurangnya jaringan untuk mengakses social media tersebut. Faktor itu terjadi dikarenakan para pelaku UMKM tersebut meyakini bawah mereka sudah mempunyai konsumen atau pelanggan yang tetap dalam membeli produknya.

Dampak pemanfaatan social media dalam meningkatkan daya saing UMKM di Desa Sampalan, Kecamatan Kutawaluya, Kabupaten Karawang yakni akan memberikan banyak dampak positif maupun negatif terhadap UMKM. Dampak positif yang paling dirasakan dan langsung dirasakan oleh pelaku UMKM adalah pendapatan mereka akan semakin meningkat dan produk mereka akan dikenal oleh masyarakat yang lebih luas sehingga memudahkan untuk mendapatkan pelanggan baru dalam kota maupun luar kota bahkan luar Pulau Jawa. Dan dampak lainnya ialah memangkas biaya promosi dikarenakan untuk mempromosikan produk di social media tidak ada biaya alias gratis. Selain adanya dampak positif,

pemanfaatan social media pun memberikan dampak negatif. Dampak negatif yang dialami oleh para pelaku UMKM adalah akan adanya persaingan yang semakin ketat. Di dalam dunia bisnis online atau social media semua masyarakat dapat melakukan kegiatan jual beli sehingga dapat membuka peluang bagi siapapun untuk menjual produknya. Dampak negatif selanjutnya ialah rentannya terhadap penipuan dan akan memunculkan penjiplakan ide dan produk yang serupa pemanfaatan social media yang dilakukan oleh UMKM Desa Sampalan akan berdampak dalam meningkatnya daya saing. Hal ini dikarenakan para pelaku UMKM sebelumnya hanya membuka tokok di rumah atau menjual produknya langsung ke pasar tradisional. Namun seiring penggunaan social media untuk kegiatan jual beli. Produknya akan di pasarkan tidak hanya dalam lingkup kota, tetapi akan sampai luar kota sampai luar Pulau Jawa.

### **Kesimpulan dan Rekomendasi**

Pemanfaatan Sosial media UMKM dapat menjadi salah satu alternatif solusi dari permasalahan UMKM yang terjadi di Desa Sampalan. Sebelumnya kondisi UMKM belum mempunyai social media (sistem masih dari mulut ke mulut, hanya mengirim barang ke pasar dan reseller saja) juga belum mempunyai label produk. Dengan pemanfaatan social media dapat memperluas pemasaran, memberikan efisiensi bisnis, biaya operasional terkendali, tidak terbatas ruang dan waktu dan dapat meningkatkan pendapatan. Secara garis besar pemanfaatan social media dapat menjadi strategi bersaing yang akan meningkatkan daya saing UMKM. Hal ini ditunjukkan dengan jangkauan pemasaran UMKM di Desa Sampalan tidak hanya di sekitar Kabupaten Karawang, tetapi sudah mencapai luar kota dan luar Jawa. Diharapkan UMKM dapat terus memanfaatkan social media sebagai metode promosi secara online untuk meningkatkan penjualan.

## Daftar Pustaka

M. Prawiro. (2018). *Pengertian Media Sosial Secara Umum, Fungsi, Tujuan, Jenis Sosmed.*

Maxmanroe. <https://www.maxmanroe.com/vid/teknologi/internet/pengertian-media-sosial.html>

Rakanita, A. M. (2019). Pemanfaatan E-Commerce Dalam Meningkatkan Daya Saing Umkm

Di Desa Karang Sari Kecamatan Karangtengah Kabupaten Demak. *Jurnal Ekbis*, 20(2), 1280. <https://doi.org/10.30736/ekbis.v20i2.237>

*UMKM Menjadi Pilar Penting dalam Perekonomian Indonesia.* (n.d.). KEMENTERIAN KOORDINATOR BIDANG PEREKONOMIAN REPUBLIK INDONESIA.

<https://ekon.go.id/publikasi/detail/2969/umkm-menjadi-pilar-penting-dalam-perekonomian-indonesia>