

**PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL TERHADAP PEMASARAN
PRODUK KEWIRAUSAHAAN**

Sarip Hidayatuloh

STAI Al-Hamidiyah Jakarta

Sariphidayatuloh51@gmail.com

Fattahul Falah

STAI Al-Hamidiyah Jakarta

Fttahulfalah20@gmail.com

Ahmad Fikri Baydhowy

STAI Al-Hamidiyah Jakarta

fikribayohowy@gmail.com

Hartin Kurniawati

STAI Al-Hamidiyah Jakarta

adhe.hartin@gmail.com

Abstrak

Pendidikan sangatlah penting dalam mencerdaskan kehidupan bangsa. Sesuai dengan UUD 1945 amandemen pasal 31 ayat 3 (dalam buku Jufri & Wirawan, 2014) yang menyebutkan: “Pemerintah mengusahakan dan menyelenggarakan satu sistem pendidikan nasional, yang meningkatkan keimanan dan ketakwaan serta akhlak mulia dalam rangka mencerdaskan kehidupan bangsa, yang diatur dengan undang-undang.” Metode penelitian observasi melibatkan melihat perilaku, peristiwa, atau fenomena yang ingin diteliti secara langsung. Peneliti melakukan pengamatan sistematis terhadap subjek dalam situasi nyata atau di lingkungan alami mereka. Partisipan dapat melakukan pengamatan secara langsung atau secara pasif melalui pengamatan dari jarak jauh. Metode penelitian yang dikenal sebagai wawancara melibatkan interaksi langsung antara peneliti dan subjek penelitian. Dalam pemasaran produk di media online juga harus memiliki strategi yang relevan, bagaimana memasarkan produk Pondok Saeroso itu dengan menarik audiens untuk memasarkan produk yang di pasarkan atau di jual. Dengan membuat stiker yang menarik, paking dengan bagus, dan yang terpending rasa pun harus benar-benar menggugah para audines, agar mereka terus berlangganan dengan produk yang pondok saeroso perjualkan. Pemasaran gambar yang menarik di media sosial bisa sangat berguna untuk pemasaran produk. Karena disitulah semua produk dijual kepada khalayak melalui media online Whaatsaap dan Facebook menarik. Bangun eksistensi online Anda. Media sosial memungkinkan seorang pengusaha untuk membuat bisnis yang menarik profilnya di populer platform seperti Facebook, Instagram, Twitter, dan LinkedIn-nya.

Kata kunci: Pemanfaatan media sosial, Kewirausahaan, Pondok saeroso

LATAR BELAKANG

Pendidikan sangatlah penting dalam mencerdaskan kehidupan bangsa. Sesuai dengan UUD 1945 amendemen pasal 31 ayat 3 (dalam buku Jufri & Wirawan, 2014) yang menyebutkan:

“Pemerintah mengusahakan dan menyelenggarakan satu sistem pendidikan nasional, yang meningkatkan keimanan dan ketakwaan serta akhlak mulia dalam rangka mencerdaskan kehidupan bangsa, yang diatur dengan undang-undang.”

Undang undang tersebut menjelaskan terkait pendidikan bukan sekedar budaya yang diturun temurunkan oleh masyarakat, tetapi pendidikan sebagai wadah para masyarakat atau bangsa untuk berkembang dan memiliki otak yang cerdas dalam memajukan Negara. Pendidikan sangat dibutuhkan oleh masyarakat Indonesia terutama jika terkait perekonomian. Indonesia merupakan sebuah negara yang berkembang. Hal ini menuntut bangsa Indonesia untuk berusaha keras dalam mempersiapkan berbagai hal agar menjadi negara yang maju. Salah satu faktor yang harus diprioritaskan yaitu mempersiapkan Indonesia yang lebih unggul dalam bidang perekonomian. (Jufri & Wirawan, 2014)(“Kepemimpinan : Teori, Psikologi, Perilaku Organisasi, Aplikasi Dan Penelitian : Contoh Aplikasi Untuk Kepemimpinan Wanita, Organisasi Bisnis, Pendidikan, Militer, Dan Kepemimpinan Racun Pemerintahan Sipil / Dr. Wirawan, MSL, Sp.A, M.M, M.Si. | OPAC Perpustakaan Nasional RI.” n.d.)

Internet menguntungkan banyak aspek kehidupan, termasuk pendidikan, perdagangan, ekonomi, dan pemerintahan. Banyak bisnis atau penyedia barang dan jasa dalam bidang pendidikan sekarang lebih suka menggunakan media internet untuk memasarkan barang dan jasa mereka. Kehadiran internet sangat membantu mereka. Berbisnis online sangat efektif dan murah. Bahkan orang-orang di masyarakat yang belum memiliki pekerjaan dapat menjalankan bisnis melalui internet. Dengan munculnya teknologi internet secara otomatis, perkembangan masyarakat dalam penggunaan media sosial juga dipengaruhi. Media sosial adalah jenis media online yang membantu orang berinteraksi satu sama lain dan menggunakan teknologi berbasis web untuk mengubah pesan menjadi percakapan interaktif. Contohnya termasuk jejaring sosial, blog, wiki, YouTube, dan lainnya. Berita, promosi, artikel, foto, dan video dapat dibuat dan diposting oleh semua orang melalui media sosial. Tidak hanya lebih fleksibel

dan bervariasi, tetapi juga lebih cepat, interaktif, dan variatif. (Tanjung, Saputra, & Hardiyanto, 2021)

Saat ini, kehidupan manusia masih terpengaruh oleh keberadaan media sosial. Dengan berkembangnya, media sosial dapat digunakan untuk berbagai tujuan, seperti membangun pertemanan dan mendukung program tertentu, seperti pendidikan, sosial, agama, kesehatan, dan lingkungan, serta mempromosikan barang dan jasa tertentu. Kemajuan dalam teknologi informasi diikuti oleh kemajuan dalam teknologi transportasi dan manajemen logistik. Ini semakin mempermudah lalu lintas manusia dan barang. Banyak perusahaan di seluruh dunia telah menggunakan media sosial sebagai alat pemasaran produk dengan sukses. Media sosial menawarkan platform yang luas dan interaktif untuk berinteraksi dengan target pasar, membangun merek, dan mempromosikan produk. Dalam pemasaran produk, kami melihat beberapa keuntungan sosial media, di antaranya:

1. Jangkauan Luas: Dibandingkan dengan strategi pemasaran konvensional, platform ini memungkinkan bisnis untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Hal ini memberikan peluang besar untuk meningkatkan visibilitas produk dan menarik minat pelanggan.
2. Interaksi Langsung dengan Konsumen: Media sosial memberi perusahaan kesempatan untuk berinteraksi secara langsung dengan pelanggan. Perusahaan dapat menjawab pertanyaan, memberikan dukungan, dan mendengarkan umpan balik pelanggan melalui komentar, pesan pribadi, atau forum. Interaksi ini memungkinkan perusahaan untuk membangun hubungan yang lebih kuat dengan pelanggan, meningkatkan kepercayaan, dan mendapatkan wawasan penting tentang kebutuhan dan preferensi pelanggan.
3. Membangun Merek dan Kesadaran Produk: Media sosial memberi perusahaan kesempatan untuk membangun identitas merek yang kuat dan meningkatkan kesadaran produk. Dengan konten yang menarik, Perusahaan dapat memperkenalkan nilai-nilai merek mereka kepada pelanggan potensial melalui konten yang menarik, visual yang menarik, dan pesan yang konsisten.
4. Targeting dan Penargetan Pasar yang Tepat: Media sosial membantu bisnis menargetkan pasar yang tepat dengan menyediakan alat dan fitur yang mereka tawarkan. Dengan cara ini, perusahaan dapat mengoptimalkan upaya

pemasaran mereka dan mencapai audiens yang paling mungkin tertarik dengan produk mereka.

5. Analisis Kinerja dan Pengukuran: MMedia sosial juga memberi Anda alat analitik yang kuat untuk mengukur dan menganalisis seberapa baik kampanye pemasaran berhasil. Bisnis dapat menggunakan informasi ini untuk mengidentifikasi dan mengubah strategi pemasaran mereka. (Suryani, 2015)

Berdasarkan hal-hal yang disebutkan di atas, jejaring sosial, atau media sosial secara umum, telah menjadi komponen penting dalam penyebaran informasi. Di abad informasi ini, kecepatan berita menjadi favorit masyarakat dunia. Hasil karya kerajinan, seni, tradisi, dan budaya, serta jenis masakan atau kuliner dengan mudah dikenalkan melalui media online, dan orang-orang di seluruh dunia dapat dengan mudah mengenal dan mengetahui produk tradisional dan budaya.

Berdasarkan observasi tanggal 23 Juni dan 28 Juni yang peneliti lakukan pada usaha yang pondok saeroso lakukan bahwa adanya pemanfaatan media online dalam pemasaran produk khususnya whatsapp Group dan facebook dengan sistem pre order. Pondok saeroso menjual beberapa jenis produk makanan kering, ketring, snack dan kue. Hal ini sangat membantu dalam perekonomian. Dengan ini kami mengatakan pemasaran produk dengan memanfaatkan media online terutama whatsapp dan facebook dengan melalui Kegiatan Pre Order ini sehingga bisa menambah penghasilan sampingan.

Media sosial adalah jenis komunikasi baru di internet yang didukung oleh berbagai aplikasi software yang memungkinkan orang berinteraksi satu sama lain. Media sosial memiliki banyak keuntungan, terutama kemampuan untuk berkomunikasi dua arah yang interaktif dan memudahkan akses ke berbagai jenis informasi. Ini memungkinkan interaksi sosial, baik antar individu, kelompok, atau massal. Individu, individu dengan kelompok, kelompok dengan kelompok, bahkan individu dan kelompok dengan massal. (Taan, Radji, Rasjid, & Indriyani, 2021)

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi dan wawancara, dua pendekatan yang umum digunakan dalam Penelitian ilmiah untuk mengumpulkan data secara langsung dari peserta atau subjek penelitian. Kedua metode

memiliki tujuan yang sama yaitu mengumpulkan informasi dan memahami fenomena yang diteliti. Kedua metode tersebut dijelaskan secara singkat di bawah ini.

Observasi: Metode penelitian observasi melibatkan melihat perilaku, peristiwa, atau fenomena yang ingin diteliti secara langsung. Peneliti melakukan pengamatan sistematis terhadap subjek dalam situasi nyata atau di lingkungan alami mereka. Partisipan dapat melakukan pengamatan secara langsung atau secara pasif melalui pengamatan dari jarak jauh. Metode penelitian yang dikenal sebagai wawancara melibatkan interaksi langsung antara peneliti dan subjek penelitian. Peneliti mengajukan sejumlah pertanyaan yang telah direncanakan sebelumnya untuk mengumpulkan informasi tentang subjek penelitian. Wawancara dapat dilakukan secara langsung, melalui telepon, atau melalui platform komunikasi online

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sebelum membahas bagai mana Pondok Saeroso memasarkan produknya dalam media online. kita bahas terlebih dahulu mengenai awal mula Pondok Saeroso ini muncul. Nama Pondok Saeroso merupakan brand yang di buat oleh Is Sri Wijayantai Matarami dan Ani Adriana Supmela selaku pencetus ide dan memulai berbisnis dalam produk rumahan. Dan dengan itu Pondok Saeroso memulai bisnis tersebut dengan mengawalinya membuat kue sagon. Sagon merupakan makanan tradisional yang sudah punah/ sudah jarang ada yang produksi. Awal pembuatan kue sagon dikarenakan rindu akan sosok alm Rudi Mulyadi selaku mantunya Is Sri Wijayanti Matarami. Setelah kue sagon tersebut selesai di produksi untuk kalangan rumah. Dan membuat setatus dalam whatsapp. Banyak yang berkomentar akan kangennya dengan prodak tersebut dan menanyakan apakah itu akan di produksi untuk di jual. Dengan itu akhirnya Is Sri Wijayanti dan Ani Adriana Supmela memutuskan untuk produksi lebih banyak dan di pasarkan.

Kini Pondok Saeroso memiliki produk yang di pasarkan antara lain, kue sagon, kuelapis tenun, kue talam, nasi kuning tumpeng, ketring DLL. Semua produk itu di produksi homemade, dengan memasarkan di media online khususnya WhatsApp dan Facebook, dengan menggunakan fre order, Pemanfaatan media sosial dalam pemasaran produk pondok saeroso telah menjadi suatu strategi yang penting dan efektif dalam era digital saat ini. Media sosial memberikan kesempatan kepada para wirausahawan untuk

menghubungi dan berinteraksi dengan audiens yang lebih luas, membangun merek, dan

Gambar 1 Produk Pondok Saeroso

meningkatkan penjualan produk brand pondok saeroso.



Gambar 2 Produk Pondok Saeroso



Gambar 3 Produk Pondok Saeroso



Gambar brand Produk Pondok Saeroso



Dalam pemasaran produk di media online juga harus memiliki strategi yang relevan, bagaimana memasarkan produk Pondok Saeroso itu dengan menarik audiens untuk memasarkan produk yang di pasarkan atau di jual. Dengan membuat stiker yang menarik, paking dengan bagus, dan yang terpending rasa pun harus benar-benar menggugah para audines, agar mereka terus berlangganan dengan produk yang pondok saeroso perjualkan. Berikut contoh produk dan stiker yang di pasarkan oleh Pondok Saeroso.

Dengan gambar yang menarik untuk di pasarkan di media sosial itu akan sangat membantu dalam pemasaran produk, karena itu merupakan daya tarik dari setiap produk yang di pasarkan kepada para audines melalui media online whatsapp dan juga facebook. Adapun cara lain dalam memasarkan produk kewirausahaan sebagai berikut: Membangun kehadiran online: Media sosial memungkinkan pengusaha untuk membuat profil bisnis yang menarik di platform populer seperti Facebook, Instagram, Twitter dan LinkedIn. Dengan membangun kehadiran online yang kuat dan menggunakan media online dengan tepat, pengusaha dapat mengomunikasikan nilai-nilai bisnis dan visi untuk khalayak yang lebih luas.

Mempromosikan produk: Media sosial memungkinkan pemilik bisnis untuk berbagi informasi tentang produk mereka seperti gambar, deskripsi, video, dan ulasan pelanggan. Fitur seperti posting organik, iklan berbayar, dan fitur e-commerce di platform media sosial dapat berupa digunakan untuk meningkatkan eksposur produk dan menarik pelanggan potensial. Berinteraksi dengan pelanggan Media sosial menawarkan pengusaha kesempatan untuk berinteraksi langsung dengan pelanggan mereka. Tanggapi pertanyaan, berikan dukungan pelanggan, dan kumpulkan umpan balik produk. Ini memungkinkan

Anda untuk membangun hubungan yang lebih dekat dengan pelanggan Anda dan meningkatkan kepercayaan mereka pada merek Anda.

Membangun komunitas: Media sosial juga memungkinkan pengusaha membangun komunitas untuk terlibat dengan merek mereka. Dengan membuat grup dan halamannya khusus, pengusaha dapat mengundang pelanggan dan pengikut untuk berbagi mereka pengalaman, menawarkan saran, dan berinteraksi satu sama lain. Komunitas yang dinamis dapat menjadi sumber dukungan dan advokasi yang kuat untuk merek Anda.

Menggunakan influencer: Pemilik bisnis dapat memanfaatkan kekuatan influencer di media sosial untuk memperluas jangkauan merek merekadan pengaruh. Dengan bekerja dengan influencer yang relevan di industri atau niche mereka, pengusaha dapat meningkatkan eksposur mereka dan dapatkan dukungan kuat dari influencer di platform media sosial mereka.

Analisis dan pengukuran: Salah satu manfaat besar dari pemasaran media sosial adalah kemampuan untuk menganalisis dan mengukur efektivitas kampanye Anda. Pemilik bisnis dapat menggunakan alat analisis yang disediakan oleh platform media sosial untuk memantau kinerja posting, Ukur keterlibatan pengguna, dan lacak konversi penjualan. Informasi ini dapat digunakan untuk meningkatkan strategi pemasaran Anda dan mencapai hasil yang lebih baik. (Hasan, 2021)

Menggunakan media sosial untuk memasarkan produk pengusaha dapat membawa manfaat yang signifikan bagi pengusaha, terutama di istilah meningkatkan kesadaran merek, menjangkau khalayak yang lebih luas, dan meningkatkan penjualan. Namun, perlu diingat bahwa setiap platform media sosial memiliki karakteristik dan audiens yang berbeda. Oleh karena itu, penting untuk memilih platform yang sesuai dengan target pasar dan strategi pemasaran Anda. Prioritas Podok Saeroso adalah menggunakan media online, yaitu Whaatsaap dan Facebook. Dia mengenal banyak orang di WhatsApp, dan mudah baginya untuk memperkenalkan Podok Produk Saeroso kepada orang yang sudah dikenalnya. Dengan awal seperti itu, produk terus berkembang dan dikenal di banyak kalangan. (Wijaya AL, Riful NC, & Astika KARS, 2021)

KESIMPULAN DAN SARAN

Sagon adalah makanan tradisional yang telah hilang atau jarang diproduksi. Banyak orang mengatakan mereka merindukan produk tersebut dan bertanya apakah itu

bisa dijual. Pondok Ceeroso kini menjual produk-produk seperti sagon cake, woven layer cake, sheet cake, thumpeng yellow nasi dan ketting. Media sosial memberi pengusaha kesempatan untuk terhubung dan berinteraksi dengan khalayak yang lebih luas, membangun merek mereka dan meningkatkan penjualan Pondok Ceeroso. barang bermerek. Jika Anda memasarkan produk Anda di media online, Anda juga membutuhkan strategi yang baik tentang caranya memasarkan produk Pondok Saeroso dengan menarik audiens untuk menjual produk yang Anda pasarkan atau jual. Di bawah ini adalah beberapa contoh produk dan stiker yang dijual oleh Pondok Saeroso.

Pemasaran gambar yang menarik di media sosial bisa sangat berguna untuk pemasaran produk. Karena disitulah semua produk dijual kepada khalayak melalui media online Whaatsaap dan Facebook menarik. Bangun eksistensi online Anda. Media sosial memungkinkan seorang pengusaha untuk membuat bisnis yang menarik profilnya di populer platform seperti Facebook, Instagram, Twitter, dan LinkedIn-nya. Promosikan produk Anda:

Media sosial memungkinkan pemilik bisnis untuk berbagi informasi tentang produk mereka seperti gambar, deskripsi, video, dan ulasan pelanggan. Interaksi pelanggan:Media sosial menawarkan pengusaha kesempatan untuk berinteraksi langsung dengan pelanggan mereka. Rumah komunitas:Media sosial juga memungkinkan pengusaha membangun komunitas untuk terlibat dengan merek mereka. Penggunaan influencer :Pemilik bisnis dapat memanfaatkan kekuatan influencer di media sosial untuk memperluas jangkauan dan pengaruh merek mereka.

Dengan bekerja dengan influencer yang relevan di industri atau niche mereka, pengusaha dapat meningkatkan eksposur mereka dan Dapatkan dukungan kuat dari influencer di platform media sosial. Pemilik bisnis dapat menggunakan alat analisis yang disediakan oleh platform media sosial untuk memantau kinerja posting, Ukur keterlibatan pengguna, dan lacak konversi penjualan. Informasi ini dapat digunakan untuk meningkatkan strategi pemasaran Anda dan mencapai hasil yang lebih baik. Menggunakan media sosial untuk memasarkan produk pengusaha dapat membawa manfaat yang signifikan bagi pengusaha, terutama Dalam hal meningkatkan kesadaran merek, menjangkau khalayak yang lebih luas , dan meningkatkan penjualan

DAFTAR REFERENSI

- Hasan, S. (2021). Pengaruh Sosial Media dalam Peningkatan Pemasaran UMKM Kuliner Selama Pandemi Covid-19 (Studi Kasus: UMKM Kuliner Kota Bangkinang, Provinsi Riau). *INVEST: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Akuntansi*, 2(1). <https://doi.org/10.55583/invest.v2i1.121>
- Jufri, M., & Wirawan, H. (2014). *Internalisasi JiwaKewirausahaan Pada Anak* (1st ed.). Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Kepemimpinan: teori, psikologi, perilaku organisasi, aplikasi dan penelitian: contoh aplikasi untuk kepemimpinan wanita, organisasi bisnis, pendidikan, militer, dan kepemimpinan racun pemerintahan sipil / Dr. Wirawan, MSL, Sp.A, M.M, M.Si. | OPAC Perpustakaan Nasional RI. (n.d.). Retrieved July 13, 2023, from <https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=1278475>
- Suryani, I. (2015). *Jurnal komunikasi*, ISSN 1907-898X Volume 8, Nomor 2, April 2014. Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Pemasaran Produk Dan Potensi Indonesia Dalam Upaya Mendukung ASEAN Community 2015. (Studi Social Media Marketing Pada Twitter Kemenparekraf RI Dan Facebook Disparbud Provinsi Jawa Barat), 8(April 2014), 123–138. Retrieved from <https://journal.uui.ac.id/jurnal-komunikasi/article/view/6471>
- Taan, H., Radji, D. L., Rasjid, H., & Indriyani. (2021). Social Media Marketing Untuk Meningkatkan Brand Image. *Journal of Management & Business*, 4(1), 315–330. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v4i1.1268>
- Tanjung, Y., Saputra, S., & Hardiyanto, S. (2021). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pelatihan Penggunaan Media Sosial Untuk Pemasaran Produk Inovasi Jeruk Siam. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 5(6), 3091–3103.
- Wijaya AL, Riful NC, & Astika KARS. (2021). Pelatihan Pengemasan Produk Pada Usaha Krupuk Puli “Bu Dian” Rejomulyo Kota Madiun. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1).