

ANALISIS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL *FACEBOOK* DALAM PERKEMBANGAN UMKM GULO PUAN DI DESA BANGSAL KECAMATAN PAMPANGAN

Anggi Julianti, Fadilla, Moh. Faizal

Mahasiswa Prodi Perbankan Syariah STEBIS IGM Palembang

Prodi Perbankan Syariah STEBIS IGM Palembang

Email : anggijulianti173@gmail.com, dilla@stebisigm.ac.id, izal@stebisigm.ac.id

Abstract

Small microcus business (UMKM) is a small business activity but is able to provide a major effect for the economy in Indonesia. That is to expand employment, play a role in the process of equity and increase in community revenue, and encourage the realization of national stability. But to realize it is necessary to be able to compete globally, by utilizing technological developments at this time not to be left behind with the development of the age. Utilization of social media especially Facebook as a promotional tool to make it easy for marketing UMKM Gulo Puan in the village of Bangsal District of District Objective is one of the strategies that are currently used. With easy access, wide tissues, fast working methods and also costs that will be able to provide positive and profitable impacts for MSME. The results of this study show that the use and use of social media as a promotional tool can increase the competitiveness of UMKM-UMKM Gulo Puan in the village of Bangsal District District in January aspects of increased sales than compared to using social media. But when revisited still many non-MSMEs that have not used and utilize social media for marketing online caused by various things.

Keywords : *Small Medium Enterprises (MSME) Gulo Puan, Social Media Facebook, And Online Marketing*

Abstrak

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) merupakan kegiatan usaha kecil namun mampu memberikan efek besar bagi perekonomian di Indonesia. Yaitu dapat memperluas lapangan kerja, berperan dalam proses pemerataan dan peningkatan pendapatan masyarakat, dan mendorong mewujudkan stabilitas nasional. Namun untuk mewujudkan hal tersebut diperlukan bekal agar dapat bersaing secara global, yaitu dengan memanfaatkan perkembangan teknologi pada saat ini agar tidak tertinggal dengan perkembangan zaman. Pemanfaatan media sosial khususnya *Facebook* sebagai alat promosi untuk mempermudah pemasaran UMKM Gulo Puan yang ada di Desa Bangsal Kecamatan Pampangan adalah salah satu strategi yang pada saat ini bisa digunakan. Dengan akses yang mudah, jaringan luas, cara kerja yang cepat dan juga biaya yang murah akan dapat memberikan dampak

yang positif dan menguntungkan bagi para pelaku UMKM. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan dan pemanfaatan media sosial sebagai alat promosi dapat meningkatkan daya saing UMKM-UMKM Gulo Puan yang ada di Desa Bangsal Kecamatan Pampangan dilihat dari segi penjualan yang mengalami kenaikan dibandingkan dengan tidak menggunakan media sosial. Namun apabila ditinjau kembali masih banyak UMKM yang belum menggunakan dan memanfaatkan media sosial untuk pemasaran secara online yang disebabkan oleh berbagai hal.

Kata Kunci: *Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Gulo Puan, Media Sosial Facebook, dan Pemasaran Online*

Pendahuluan

Kemajuan teknologi adalah sesuatu yang tidak bisa dihindari dalam kehidupan saat ini, karena kemajuan teknologi akan berjalan sesuai dengan kemajuan ilmu pengetahuan. Setiap inovasi diciptakan dengan tujuan untuk memberikan manfaat positif, memberikan banyak kemudahan, serta mengajarkan cara baru dalam melakukan aktivitas bagi kehidupan manusia. Khusus dalam bidang teknologi, masyarakat sudah menikmati banyak manfaat yang dibawa oleh inovasi-inovasi yang telah dihasilkan dalam satu dekade terakhir. Perkembangan teknologi sekarang ini telah memberikan dampak yang cukup besar terhadap kehidupan umat manusia dalam berbagai aspek dan dimensi. Salah satu inovasi yaitu dalam hal teknologi informasi, yang saat ini membuat manusia sudah tidak lagi memperlakukan batas jarak, ruang dan waktu. Teknologi informasi melahirkan internet, internet menawarkan banyak manfaat bagi UMKM untuk meningkatkan pemasaran produknya.

Penggunaan jaringan internet dapat memberikan efisiensi anggaran, memiliki jangkauan yang luas, akses yang mudah serta biaya yang murah atau terjangkau. Selain itu juga internet memberikan manfaat meningkatkan kesempatan UMKM untuk bekerjasama dengan pengusaha lainnya. Salah satu teknologi internet yang sedang berkembang pesat dan berpotensi untuk mendorong pemasaran UMKM adalah media sosial. Media sosial memiliki potensi menghubungkan banyak orang dengan mudah dan gratis. Hal ini terbukti dengan banyaknya usaha yang mencoba menawarkan berbagai macam produk menggunakan media sosial. (Munajat, 2018) Salah satu alat pemasaran media sosial yang banyak digunakan oleh masyarakat ialah *Facebook* yang sekarang banyak dimanfaatkan oleh para pelaku UMKM Gulo Puan yang ada di Desa Bangsal Kecamatan Pampangan sebagai media bisnis, baik dari produk-produk yang sudah ada maupun produk yang masih berjalan.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dapat diartikan sebagai kegiatan usaha yang biasa dilakukan dimanapun serta siapapun dapat melakukannya. Internet dan berbagai platform daring (*online*) terutama media sosial, memfasilitasi bisnis yang memungkinkan usaha rumahan, usaha kecil dan menengah dapat menarik konsumen lebih banyak, alhasil siapapun dapat melakukan bisnis dengan harga pemasaran yang sangat murah dan terjangkau. (Gusti Agung Surya Tanti, 2020).

Potensi UMKM sangat penting dengan perannya sebagai sumber pendapatan masyarakat, pemenuhan kebutuhan barang dan jasa, penciptaan lapangan kerja, serta peningkatan nilai tambah yang berdampak pada penurunan angka kemiskinan dan pertumbuhan ekonomi. (Kiwang et al., 2015) Namun, UMKM juga mengalami

berbagai macam permasalahan dan kendala. Berdasarkan rencana strategis Kementerian Koperasi dan UMKM tahun 2015-2019, upaya pemberdayaan UMKM difokuskan pada penanganan dua isu strategis, yaitu pertumbuhan usaha dan daya saing. UMKM juga merupakan salah satu sektor ekonomi yang sangat diperhitungkan karena kontribusinya terhadap pendapatan negara. (Adha and Virianita, 2011).

Kekuatan ekonomi yang selama ini menjadi salah satu penunjang ekonomi negara Indonesia dan kekuatan ekonomi daerah adalah kehadiran pelaku UMKM. Pada saat ekonomi dunia dan perekonomian Indonesia mengalami resesi, justru pelaku UMKM tidak sedikitpun terkena dampak negatif resesi ekonomi tersebut, bahkan sebagian besar pelaku UMKM tetap dapat mengembangkan usahanya dalam menunjang perekonomian negara. Pelaku UMKM dapat mempertahankan dan meningkatkan kontribusi pertumbuhan ekonomi daerah serta peningkatan penerimaan pada sektor pajak negara, selain ditunjang oleh industri skala besar, juga ditunjang secara signifikan oleh kelompok-kelompok industri skala kecil. UMKM juga dapat menjadi penghasil produk unggulan yang dapat dipasarkan kesejumlah daerah secara mandiri. Tetapi setiap UMKM memiliki ciri khasnya masing-masing yang harus selalu dikembangkan menjadi produk unggulan. Keunggulan-keunggulan tersebutlah yang akan membawa kemajuan pada usaha tersebut. Maka dari itu pemasaran memiliki peranan yang sangat penting dalam mengembangkan produk-produk.

Pemanfaatan media sosial *Facebook* memang dapat memberikan kemudahan-kemudahan dalam proses promosi dan jual beli yang dilakukan oleh para pelaku UMKM, seperti yang dilakukan oleh UMKM Gulo Puan yang ada di Desa Bangsal Kecamatan Pampangan untuk memasarkan produknya serta dapat meminimalkan biaya operasional. Namun, untuk melakukan hal tersebut memang harus dilakukan keseriusan dalam memanfaatkan media sosial *Facebook* yaitu harus memberikan intensitas waktu lebih untuk mengelola pemasaran melalui media sosial *Facebook* tersebut. Namun, kebanyakan UMKM Gulo Puan yang menggunakan media sosial *Facebook* kurang maksimal untuk memanfaatkan penggunaan *Facebook* tersebut. Masih banyak juga pelaku UMKM Gulo Puan yang kurang mengerti dengan pemanfaatan *Facebook* untuk memasarkan bisnisnya. Sedangkan, masyarakat Desa Bangsal Kecamatan Pampangan yang mempunyai potensi cukup menonjol yaitu peternakan dan perikanan, terutama peternakan Desa Bangsal Kecamatan Pampangan selama ini sudah terkenal dengan UMKM Gulo Puan atau gula susu, tetapi mereka masih melakukan pemasaran secara tradisional yaitu dengan memasarkan produk langsung kepada konsumen atau dari mulut ke mulut yang hanya mempunyai cakupan wilayah yang masih kecil.

Rumusan Masalah

Sesuai dengan latar belakang diatas, maka peneliti dapat merumuskan permasalahan sebagai berikut :

- a. Bagaimana pemahaman masyarakat Desa Bangsal Kecamatan Pampangan Sebagai pelaku UMKM Gulo Puan tentang media sosial Facebook ?
- b. Bagaimana perkembangan serta manfaat yang diperoleh pelaku UMKM Gulo Puan di Desa Bangsal Kecamatan Pampangan setelah menggunakan media sosial Facebook ?

Landasan Teori

1. Sejarah Singkat dan Pengertian Facebook

Pendiri *Facebook* adalah Mark Eliiot Zuckerberg, pada bulan Februari 2004 di sebuah kamar asrama di *Harvard*. Mark Eliiot Zuckerberg lahir pada tanggal 14 Mei 1984, *Dobbs Ferry, Wetchester Country, New York, Amerika Serikat* dari ayah yang bernama Edward dan ibu bernama Karen Zuckerberg. Mark dari dulu memang telah menunjukkan minatnya terhadap teknologi dan program-program komputer, saat menempuh pendidikan di *Exeter High School*. Mark dan salah satu temanya bernama Adam D'Angelo sering mengerjakan sebuah proyek bersama salah satu diantaranya yakni *software* pemutar musik MP3 dan mampu menarik perusahaan teknologi saat itu. (Mety Wahyuningtyas, 2021)

Nama *Facebook* diambil oleh Mark dari buku *Facebook*, yakni buku yang biasanya berisi daftar anggota komunitas dalam satu kampus. Pada awalnya *Facebook* hanya beranggotakan teman-teman kuliahnya saja. Tapi saat ini sudah puluhan juta orang di dunia ini sudah menjadi anggota *Facebook*, bahkan diprediksi akan mencapai ratusan juta pada akhir tahun. (Mety Wahyuningtyas, 2021)

Dalam kurun waktu satu tahun *Facebook* menduduki peringkat 7 yang semula berada di peringkat 60, sebagai *website* yang paling banyak dikunjungi setiap harinya. Tidak hanya itu, kepopuleran *Facebook* dimata dunia, sang pemilik Mark Elliot Zuckerberg menjadi orang terkaya paling muda versi majalah bisnis *Forbes*, kekayaannya disebutkan mencapai 1,5 miliar dolar AS atau bila di rupiahkan 13,6 triliun rupiah. Menurut hitungan majalah *Forbes* penghasilan *Facebook* sekitar 5 miliar dolar AS atau 45 triliun rupiah, sementara Mark memiliki 30 persen saham. Hitungan tersebut dinilai terlalu rendah dari spekulasi bahwa situs *Facebook* bernilai sekitar 15 miliar dolar AS atau setara dengan 105 triliun rupiah, sementara spekulasi tersebut didasarkan pada pembelian *Microsoft* seharga 240 juta dolar AS atau sama dengan 2,1 triliun rupiah, atas 1,6 persen saham *Facebook* tahun 2007 silam. *Facebook* berasal dari dua kata "*Face*" yang berarti muka/wajah dan "*book*" yang berarti buku, sedangkan definisi *Facebook* yakni sebuah situs jejaring sosial yang memungkinkan penggunaanya dapat saling berinteraksi dengan pengguna *Facebook* lainnya di seluruh dunia.

2. Sejarah Gulo Puan

Berdasarkan cerita turun-temurun secara estafet dari para orang tua di Desa Bangsal, makanan Gulo Puan Desa Bangsal Kecamatan Pampangan sudah ada semenjak Kesultanan Palembang Raden Wiratako lebih kurang 130 tahun yang lalu, petama kali diciptakan atau dibuat oleh Usman, pendatang Palembang yang tinggal dan menetap di Desa Bangsal. Ia menemukannya ide cemerlang untuk mengolah susu kerbau rawa menjadi makanan atau cemilan khas Desa Bangsal Kecamatan Pampangan yaitu Gulo Puan. Dalam Bahasa lokal nama Gulo Puan sendiri merupakan singkatan dari gulo berarti gula sedangkan puan berarti susu, jadi Gulo Puan adalah gula susu. Seiring berjalannya waktu, menjadi cemilan khas Desa Bangsal Kecamatan Pampangan.

Gulo Puan merupakan makanan kesukaan para bangsawan Palembang, konon pengakuan masyarakat setempat dimasa Kesultanan Palembang, Gulo Puan merupakan salah satu jenis sebah atau Upeti, yang dibawa sebagai ciri khas saat berkunjung ke Kesultanan Palembang. Sekitar tahun 1990 Gulo Puan dijajakan oleh seorang pedagang di beberapa kampung di dalam kota Palembang. Namun saat ini kudapan ini hanya bisa kita jumpai pada waktu-waktu tertentu saja, seperti di Pasar

Kaget setiap hari Jumat didepan halaman Masjid Agung Sultan Mahmud Badarudin Pelembang, Pasar Loak Cinde dan kawasan Taman Kambang Iwak setiap hari Minggu pagi, dan ada juga yang menjual secara online. Gulo Puan ini dijual dengan harga cukup merogoh kantong agak dalam, yakni sekitar Rp 100-130 ribu per kilogramnya, karena mengingat cara pembuatannya yang rumit dan memakan waktu lama.

Dilihat dari kandungan proteinnya, susu kerbau rawa ini memiliki protein lebih tinggi dari pada susu sapi. Selain menjadi Gulo Puan, susu kerbau rawa juga dapat diolah menjadi minyak samin. Untuk pembuatan Gulo Puan sendiri di Desa Bangsal masih dilakukan secara tradisional, baik peralatan maupun tata caranya. Karena masih terkendala dari susu kerbau yang tergantung musim, jika musim kemarau produksi Gulo Puan berkurang karena terkendala dengan pakan kerbau yang kurang mencukupi, sedangkan musim penghujan pakannya terpenuhi dan produksi lancar dan banyak. Jumlah kerbau rawa yang jauh berkurang dan hampir punah inilah yang sangat mempengaruhi ketersediaan Gulo Puan. Pemasarannya juga masih dilakukan secara tradisional, tetapi ada juga sebagian yang sudah menggunakan media sosial khususnya *Facebook*.

3. Pengertian UMKM

Definisi UMKM di Indonesia diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia No. 20 Tahun 2008 tentang UMKM. Pada Pasal 1 dari UU tersebut, dinyatakan bahwa usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan atau badan usaha perorangan yang memiliki kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam UU tersebut. Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan anak cabang yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian, baik langsung maupun tidak langsung, dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam UU tersebut. Sedangkan usaha mikro adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung, dari usaha mikro, usaha kecil atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana dimaksud dalam UU tersebut. (Agustina, 2020)

Strategis UMKM memiliki peranan yang sangat penting terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia, terutama di era globalisasi saat ini. Potensi UMKM sangat penting dengan perannya sebagai sumber pendapatan masyarakat, pemenuhan kebutuhan barang dan jasa domestik, penciptaan lapangan pekerjaan, serta peningkatan nilai tambah yang berdampak pada penurunan angka kemiskinan dan pertumbuhan ekonomi. (Mulia, 2019) UMKM menjadi tulang punggung sistem ekonomi kerakyatan untuk mengurangi permasalahan kemiskinan dan pengembangannya mampu memperluas basis ekonomi serta dapat memberikan kontribusi yang signifikan dalam meningkatkan perekonomian daerah dan ketahanan ekonomi nasional. (Setyanto, 2015)

UMKM juga dapat diartikan sebagai kegiatan usaha yang bisa dilakukan dimanapun serta siapapun dapat melakukannya. Internet dan berbagai platform daring (*online*) terutama media sosial, memfasilitasi bisnis yang memungkinkan usaha rumahan, usaha kecil dan menengah dapat menarik konsumen lebih banyak, alhasil siapa pun dapat melakukan bisnis dengan harga pemasaran yang sangat murah dan terjangkau. (Moh. Kurdi, 2020)

Jadi, dapat disimpulkan bahwa UMKM merupakan usaha produktif milik orang perorangan yang bisa dilakukan oleh siapapun dan dimanapun serta memiliki perannya sebagai sumber pendapatan masyarakat, pemenuhan kebutuhan barang dan jasa domestik, penciptaan lapangan pekerjaan, serta peningkatan nilai tambah yang berdampak pada penurunan angka kemiskinan dan pertumbuhan ekonomi.

Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain-lain secara holistik dengan cara deskriptif dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan cara memanfaatkan berbagai metode ilmiah. (Febriyantoro, 2018) Menurut Denzin dan Lincoln (1994) menyatakan bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang menggunakan latar alamiah dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan jalan melibatkan berbagai metode yang ada.

Pembahasan

1. Pemahaman Masyarakat Desa Bangsal Tentang Media Sosial

Setelah peneliti melakukan penelitian di Desa Bangsal Kecamatan Pampangan ternyata masih banyak masyarakat khususnya pelaku UMKM Gulo Puan yang belum begitu paham dengan media sosial seperti *Facebook* untuk memasarkan produknya.

Dari penjelasan yang telah disampaikan oleh para pelaku UMKM Gulo Puan di Desa Bangsal Kecamatan Pampangan tersebut, dapat disimpulkan bahwa mereka masih belum mengerti tentang media sosial *Facebook* dan cara penggunaannya, sebab itulah mereka masih menggunakan metode tradisional. Akan tetapi ada dari sebagian yang sudah menggunakan media sosial *Facebook* mereka mengatakan itu sangat mendukung untuk kemajuan usahanya terkhusus UMKM Gulo Puan. Bagi mereka itu merupakan cara paling mudah untuk memasarkan produknya, hanya memasarkan lewat hp, dirumah saja, tidak menghabiskan banyak waktu serta lebih banyaknya pemesanan baik mereka dari dalam desa itu sendiri maupun dari luar desa, karena media sosial *Facebook* menjangkau semua jaringan. Yang berbanding terbalik dengan metode penjualan tradisional, dijajakan dari rumah kerumah, menghabiskan banyak waktu dan belum tentu pemesannya.

Bapak Angkut Join sebagai Kepala Desa Bangsal, ia mengatakan terus mengadakan pelatihan-pelatihan untuk warga Desa Bangsal Kecamatan Pampangan terkhusus UMKM Gulo Puan ini karena setiap 3 bulan sekali ada kunjungan dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Sumatera Selatan untuk melihat bagaimana perkembangan UMKM yang mengelola susu kerbau rawa menjadi makanan yang paling banyak diminati di Kecamatan Pampangan.

Tidak hanya terbatas pada makanan Gulo Puan masyarakat Desa Bangsal Kecamatan Pampangan memiliki keahlian dalam mengelola susu kerbau rawa menjadi beberapa macam makanan seperti Penjem, Sekayo Ijo, Kue Makmur, Sagon Puan, dan Tapel Puan. Semua ini menjadi nilai tambah tersendiri dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Sumatera Selatan untuk Desa Bangsal Kecamatan Pampangan, serta menjadi masukan untuk Desa agar terus mengembangkan dan memanfaatkan potensi alam yang ada terkhusus kerbau rawa yang ada di Desa

Bangsal tersebut, agar bisa meningkatkan pendapatan masyarakat dan kesejahteraan untuk desa.

Dengan mengelola kerbau rawa menjadi beberapa macam makanan membuat pelaku UMKM untuk mengembangkan keahlian ini agar makanan ini bisa dikenal oleh siapapun tidak hanya masyarakat setempat maupun desa tetangga bahkan luar kota. Bapak Angkut Join mengatakan akan mempromosikan produknya melalui media sosial *Facebook* dan juga media-media sosial lain yang bisa dilihat oleh semua orang dan ia berharap agar makanan ini bisa menembus pasar yang lebih luas lagi. Apalagi sekarang makanan khas OKI ini sudah semakin jarang ditemukan, dan bahan utamanya yakni susu kerbau rawa yang semakin berkurang.

2. Perkembangan Serta Manfaat yang di Dapat Setelah Menggunakan Media Sosial

Setelah melakukan wawancara secara langsung kepada pelaku UMKM yang ada di Desa Bangsal Kecamatan Pampangan, ternyata perkembangan media sosial di Desa Bangsal Kecamatan Pampangan memberikan dampak positif bagi para pelaku UMKM yang menggunakan media sosial *Facebook* khususnya untuk menjual produk yang mengalami peningkatan. Hal ini dikarenakan biaya yang dikeluarkan untuk pemasaran produk cukup sedikit dan manfaat yang diperoleh lewat media sosial cukup banyak, yaitu banyaknya konsumen, komunikasi dengan konsumen yang mudah dan pasar yang semakin luas.

Konsumen yang berasal bukan hanya dari dalam Desa Bangsal dan sekitarnya, bahkan dari luar Kecamatan seperti SP. Padang, Selapan, Rambutan dan lain-lain. Hal ini dikarenakan jaringan media sosial yang sangat luas dan tidak terbatas memberikan keuntungan banyak bagi UMKM di Desa Bangsal Kecamatan Pampangan. Bahkan karena banyaknya permintaan, UMKM kadang menolak pemesanan produk karena memang sumber daya alam dan sumber daya manusia yang masih terbatas. Dengan adanya media sosial, UMKM dapat menjaga komunikasi dengan para konsumen baik untuk proses jual beli dan untuk mengetahui keadaan konsumen. hal ini sangat penting karena menjaga kedekatan dengan konsumen agar UMKM mengetahui apa yang dibutuhkan konsumen.

Kepala Desa Bangsal Bapak Angkut Join mendukung sepenuhnya kegiatan masyarakat Desa Bangsal Kecamatan Pampangan terkhusus para pelaku UMKM dan para pelajar baik tingkat SD, SMP, SMA maupun mahasiswa diberikan wi-fi gratis dengan tujuan agar mereka bisa melakukan kegiatan yang bermanfaat yang bisa mereka lakukan dengan menggunakan media sosial baik *Facebook*, *Instagram* dan lain-lain. Adapun manfaat yang diperoleh setelah menggunakan media sosial *Facebook* yaitu :

a. Meningkatkan Penjualan Produk

Pada hasil penelitian yang telah dilakukan kepada UMKM di Desa Bangsal Kecamatan Pampangan salah, satu dari pelaku UMKM gulo puan yaitu Ibu Nurhasanah dan Ibu Silmi sudah menerapkan pemasaran dan promosi secara online dengan memanfaatkan media sosial. Data membuktikan bahwa penjualan mengalami peningkatan ketika sudah melakukan promosi secara online. Ibu Devi Agustiani sebagai pengusaha Gulo Puan mengalami kenaikan 30% penjualan produknya dibandingkan dengan penjualan tradisional, Ibu Nurhasanah pengusaha Gulo Puan juga mengalami kenaikan pesanan 40 %, Ibu Marfu'ah mengalami kenaikan sebesar 45% dan Ibu Poy mengalami kenaikan sebesar 20% - 35%.

b. Melakukan Interaksi dengan Konsumen

Manfaat lain penggunaan media sosial adalah penjual dapat dengan mudah

melakukan kontak dengan pelanggan atau konsumen. Dengan media sosial sebagai alat untuk berinteraksi dengan mudah dan cepat sehingga penjual lebih akrab dan dekat dengan pelanggan serta dapat memantau apa kebutuhan pelanggan dan dapat menerima kritikan yang menjadi evaluasi untuk penjual.

c. **Memperluas Jaringan Pasar**

Dengan menggunakan media sosial yang jangkauannya luas dan tidak terbatas membuat sebuah peluang yang sangat besar untuk dijadikan sarana promosi. Dengan strategi bagaimana kita melakukan pemasaran secara *online* sehingga penjual dapat mempunyai konsumen dari luar daerah.

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah peneliti lakukan di Desa Bangsal Kecamatan Pampangan ternyata penggunaan media sosial melalui Facebook lebih berpengaruh terhadap peningkatan pesanan atau penjualan Gulo Puan di Desa Bangsal Kecamatan Pampangan dibandingkan dengan metode tradisional yang biasa dilakukan oleh para pelaku umkm Gulo Puan yaitu dengan menjajakan jualan Gulo Puan dari mulut ke mulut atau dari rumah ke rumah.

Para pelaku UMKM Gulo Puan memilih media sosial Facebook sebagai media pemasaran dikarenakan Facebook dirasa sangat cepat untuk berinteraksi dan komunikasi dengan konsumen, juga tepat digunakan sebagai media promosi dibanding media promosi lainnya, hal tersebut tercermin dari komunikasi yang terjalin antara pelaku UMKM Gulo Puan dengan konsumen pada Facebook pada saat UMKM melakukan update status maupun upload gambar Gulo Puan, para konsumen melakukan komentar, saran dan tanggapan atas munculnya update status maupun upload gambar tersebut.

Berdasarkan rumusan masalah yang peneliti lakukan maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Masih kurangnya pemahaman masyarakat khususnya para pelaku UMKM Gulo Puan yang ada di Desa Bangsal Kecamatan Pampangan tentang media sosial Facebook akan tetapi Sebagian pelaku UMKM Gulo Puan sudah mengerti seperti : Ibu Devi Agustian, Nurhasanah, Marfu'ah dan ibu Poy.
2. Manfaat yang diperoleh oleh para pelaku UMKM Gulo Puan di Desa Bangsal Kecamatan Pampangan setelah menggunakan media sosial Facebook yaitu : Meningkatkan penjualan produk, Melakukan /interaksi dengan konsumen, Mengembangkan jaringan pasar yang lebih luas lagi.

Daftar Pustaka

Adha, I. A. N., and Virianita, R. (2011). Sikap dan Intensi Pemanfaatan Internet dalam Kegiatan Bisnis The Attitude and Intention of Internet Utilization for Bussines. *Sodality*, 4(3), 380–389.

Agustina, T. S. (2020). Peningkatan Kompetensi Wirausaha Muda Melalui Program Kegiatan Kewirausahaan pada Badan Usaha Amal Nasyiatul Aisyiyah Kabupaten Kendal. *Core.Ac.Uk*, 3, 173–186.

Febriyantoro, M. T. A. (2018). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean. *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 1(2), 61–76. <https://doi.org/10.26533/jmd.v1i2.175>

- Gusti Agung Surya Tanti, P. E. D. M. D. (2020). Pengaruh Pemanfaatan Media Sosial, Kreativitas dan Modal Usaha Terhadap Keberlanjutan Bisnis UMKM Milenial di Kecamatan Buleleng. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi*, 11(2), 320–330.
- Hamzani, A. I. (2020). *Hukum islam: Dalam Sistem Hukum Di Indonesia*. Jakarta: Kencana.
- Kiwang, A. S., Pandie, D. B. W., and Gana, F. (2015). Analisis Kebijakan dan Efektivitas Organisasi. *JKAP (Jurnal Kebijakan Dan Administrasi Publik)*, 19(1), 71. <https://doi.org/10.22146/jkap.7535>
- Mety Wahyuningtyas. (2021). *Pemanfaatan Facebook Sebagai Media Promosi Produk UMKM (Studi Kasus UMKM Sejoli Jamu Instan Di Desa Paringan Kecamatan Jenangan Kabupaten Ponorogo*.
- Moh. Kurdi, I. D. F. (2020). Strategi Peningkatan Daya Saing UMKM Di Kabupaten Sumenep Melalui E-Commerce. *Online-Journal.Unja.Ac.Id*, 4, 569–575.
- Mulia, R. A. (2019). Peranan Program Koperasi Jasa Keuangan Syariah Baitul Maal Wat Tamwil (KJKS BMT) Dalam Pemberdayaan Pelaku Usaha Mikro Kecil, Menengah Di Kota Padang. *Jurnal.Ensiklodiaku.Org*, 1(3), 290–299.
- Munajat, E. (2018). Analisis Penggunaan Media Sosial untuk Mendukung Pemasaran Produk UMKM (Studi Kasus Kabupaten Subang, Jawa Barat). *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*. <http://journal.unpad.ac.id/pkm/article/view/20445>
- Setyanto, A. R. (2015). Kajian Strategi Pengembangan UMKM Melalui Media Sosial (Ruang Lingkup Kampung Batik Laweyan). *Jp.Feb.Unsoed.Ac.Id*, 5, 1.

Analisis Penggunaan Media Sosial Facebook Dalam Perkembangan Umkm Gulo Puan
Di Desa Bangsal Kecamatan Pampangan
Anggi Julianti, Fadilla, Moh. Faizal