



## Pemanfaatan Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Untuk Meningkatkan Penjualan Produk MAN Sampang

### *Utilizing Marketing Strategies Through Social Media to Increase Product Sales MAN Sampang*

Septian Eko Haryansyah <sup>1\*</sup>, Moh. Aminullah <sup>2</sup>, Robius Shoffi <sup>3</sup>, Siti Maisaroh <sup>4</sup>

<sup>1,2,3,4</sup> Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Program Studi Kewirausahaan,  
Universitas Nazhatut Thullab Al-Muafa Sampang, Indonesia

Alamat: Jl. Diponegoro No.11, Randar Kumalas, Banyuanyar, Kec. Sampang, Kabupaten Sampang,  
Jawa Timur 69216

Korespondensi penulis: [ryanharyansyah18@gmail.com](mailto:ryanharyansyah18@gmail.com)

#### Article History:

Received: Juli 31, 2024;

Revised: Agustus 15, 2024;

Accepted: August 29, 2024;

Published: Agustus 31, 2024;

**Keywords:** Utilization of Strategy,  
Social Media, MAN Students.

**Abstract:** This community service is entitled "Utilization of Marketing Strategies Through Social Media to Increase Product Sales". Based on this community service program, it is implemented to increase students' interest in entrepreneurship, develop skills in building a business and utilize digital marketing through social media. This activity is shown to 100 students of MAN Sampang. There are several stages in the implementation of this service, including preparation, implementation, mentoring and training, evaluation and reporting. At the preparation stage, a meeting was held with the school regarding the identification of problems and objectives of the activity, as well as the time of implementation. At the implementation stage, an entrepreneurship seminar was held with the theme Utilization of Marketing Strategies Through Social Media to Increase Product Sales. The use of social media in product sales is an interesting topic of discussion among students and academics along with the emergence of start-up businesses and startup businesses. This community service provides benefits for both partners or service participants and for the servants, including: (1) increased knowledge related to generation Z, namely students, increasing sales through social media; (2) after participating in the training, participants expressed a high level of satisfaction with the implementation (3) the servants received several suggestions for further service themes from the audience participants.

#### Abstrak

Pengabdian masyarakat ini berjudul "Pemanfaatan Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Untuk Meningkatkan Penjualan Produk". Berdasarkan program pengabdian ini dilaksanakan untuk meningkatkan minat siswa dalam berwirausaha, mengembangkan keahlian dalam membangun bisnis dan memanfaatkan pemasaran digital melalui media sosial. Kegiatan ini ditunjukkan kepada 100 siswa – siswi MAN Sampang. Terdapat beberapa tahapan dalam pelaksanaan pengabdian ini, antara lain persiapan, pelaksanaan, pendampingan dan pelatihan, evaluasi serta pelaporan. Pada tahap persiapan dilakukan pertemuan dengan pihak sekolah terkait identifikasi masalah dan tujuan kegiatan, serta waktu pelaksanaan. Pada tahap pelaksanaan dilakukan seminar wirausaha dengan tema Pemanfaatan Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Untuk Meningkatkan Penjualan Produk. Pemanfaatan media sosial didalam penjualan produk menjadi topik bahasan menarik di kalangan pelajar maupun akademik seiring dengan munculnya usaha rintisan dan bisnis startup. Pengabdian kepada masyarakat ini memberikan manfaat baik bagi mitra atau peserta pengabdian maupun bagi pengabdian, diantaranya: (1) bertambahnya pengetahuan berkaitan dengan generasi Z yakni kalangan pelajar meningkatnya penjualan melalui media sosial; (2) setelah mengikuti pelatihan, peserta menyatakan tingkat kepuasan yang tinggi terhadap pelaksanaan (3) pengabdian mendapatkan beberapa usulan tema pengabdian selanjutnya dari peserta audien.

**Kata Kunci:** Pemanfaat Strategi, Media Sosial, Siswa MAN.

## **1. PENDAHULUAN**

Strategi pemasaran adalah salah satu cara memenangkan keunggulan bersaing yang berkesinambungan baik itu untuk Perusahaan yang memproduksi barang atau jasa. Strategi pemasaran dapat dipandang sebagai salah satu dasar yang dipakai dalam Menyusun perencanaan secara menyeluruh. Dipandang dari luasnya permasalahan yang ada dalam Perusahaan, maka diperlukan adanya perencanaan yang menyeluruh untuk dijadikan pedoman bagi segmen Perusahaan dalam menjadwalkan kegiatannya, alasan lain yang menunjukkan pentingnya strategi pemasaran adalah semakin kerasnya persaingan Perusahaan pada umumnya (Dimas & Zainul, 2015) Kedudukan UMKM di Indonesia sebagai pemain utama dalam kegiatan ekonomi di berbagai sektor. Menurut UU No. 20 tahun 2008, UMKM didefinisikan sebagai usaha produktif milik orang perorangan dan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro, diharapkan UMKM menjadi pelaku utama yang produktif dan berdaya saing dalam perekonomian nasional.

Industri UMKM di tanah air saat ini menghadapi situasi yang demikian sulit ditengah perubahan lingkungan bisnis yang kompleks, persaingan pasar semakin ketat dengan derasnya arus perdagangan bebas yang memberikan dampak persaingan pasar bukan tadang dari pasar domestik tapi juga regional, maupun global (Ira & Penta, 2-17). Pertumbuhan dan perkembangan sektor UMKM sering diartikan sebagai salah satu bentuk penilaian keberhasilan Pembangunan, khususnya bagi negara – negara yang memiliki income perkapita yang rendah (Ade & Pristiyono, 2019). Transaksi bisnis melalui internet merupakan satu fenomena bisnis baru. Salah satu manfaat internet sebagai sarana memperkenalkan dan memasarkan produk barang atau jasa. Dari sisi finansial, pemasaran online sangat menjanjikan untuk peningkatan laba usaha (Bramantyo & Puput, 2019). Oleh sebab itu, peneliti hendak menerapkan pemasaran melalui media sosial tersebut terhadap UMKM yang ada di kalangan pelajar khususnya pada siswa MAN 1 Sampang, agar bisnis mereka tidak hanya diketahui pemberdayaan dan pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan upaya yang ditempuh pemerintah Indonesia untuk mengatasi masalah pengangguran dan kemiskinan. Realita dilapangan menunjukkan bahwa, kebanyakan UMKM di Indonesia, memiliki beberapa permasalahan yang sama, salah satunya adalah kurangnya pengetahuan tentang pemasaran, disebabkan oleh terbatasnya informasi yang dapat dijangkau oleh UMKM mengenai pasar (Dini & Rosmita, 2019; (Faisol & Alim, 2024).

Dalam Sebuah usaha, ruang lingkup pemasaran adalah suatu hal yang sangat penting. Semakin luas ruang lingkup pemasaran suatu usaha, maka semakin banyak Masyarakat

yang mengenal usaha tersebut. Sehingga UMKM tersebut dapat berkembang dengan baik karena mendapat banyak konsumen. Untuk memperluas ruang lingkup pemasaran tersebut, maka diperlukan sebuah strategi yang baik dan dapat mencangkup banyak masyarakat. Sehingga informasi tentang produk dan usaha dari UMKM tersebut dapat menyebarluas dengan mudah dan cepat (Nilam, 2012). Media sosial paling banyak digunakan di Indonesia khususnya para pelajar adalah Youtube, *WhatsApp*, *Facebook*, *Instagram*, *Tiktok* dan *Twitter*. Berdasarkan survey yang dilakukan *Global Web Index* (GWI), media sosial yang paling populer di Indonesia adalah : *Youtube*, *WhatsApp*, *Instagram*, *Facebook*, *Tiktok* dan *Twitter*. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini diharapkan menjadi sarana edukasi pemanfaatan strategi pemasaran melalui media sosial dikalangan pelajar. Fakta ini mengharuskan pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dikalangan pelajar juga harus bisa memanfaatkan *digital marketing* melalui media sosial untuk mempertahankan dan meningkatkan penjualan mereka.

Ditengah banyaknya bisnis startup sekarang ini para pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) harus melakukan berbagai cara untuk mempertahankan keberlangsungan bisnis, seperti pemanfaatan media sosial. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menjadi penting dilakukan untuk mengetahui dan menjelaskan pentingnya pemanfaatan strategi pemasaran melalui media sosial untuk meningkatkan penjualan produk yang sangat dibutuhkan pelaku bisnis, termasuk usaha kecil rumahan yang dilakukan para pelajar diluar jam sekolah mereka (Haryansyah & Zairina, 2024).

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan diatas, maka dapat dipaparkan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana Strategi Pemanfaatan Media Sosial untuk meningkatkan pendapatan Produk dikalangan pelajar ?
2. Adakah kendala dalam strategi pemanfaatan media sosial untuk meningkatkan penjualan produk dikalangan pelajar ?
3. Bagaimana mengatasi kurangnya pemahaman pemanfaatan teknologi ?

## **2. METODE**

Kegiatan pengabdian ini menggunakan metode sosialisasi dan metode diskusi dan ceramah menggunakan power point. Sebelum melaksanakan pengabdian masyarakat tim melakukan permohonan ke pihak sekolah. Setelah pihak sekolah menyetujui tim melakukan kunjungan ke sekolah untuk melakukan wawancara dan observasi lapangan tentang pengetahuan kewirausahaan siswa MAN Sampang Kabupaten Sampang.

Berdasarkan pendahuluan di atas, kami tim pengabdian masyarakat dari Program Studi S1 Kewirausahaan Universitas Nazhatut Thulab Al-Muafa Sampang menawarkan suatu solusi untuk membantu para siswa MAN Sampang Kabupaten Sampang dalam Pemanfaatan Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Untuk Meningkatkan Penjualan Produk MAN Sampang. Hal yang akan kami bahas terkait masalah dan solusinya, sehingga dari materi yang dibahas dapat mencapai 100% persentase pembahasan dapat dilihat pada Tabel 1 berikut :

**Tabel 1**  
**Kerangka Pemecahan Masalah**

No	Masalah	Solusi	Presentasi
1	Kurangnya pemahaman para siswa tentang kewirausahaan	Memberikan penyuluhan materi tentang kewirausahaan	20%
2	Kurangnya pemahaman tentang pentingnya sebuah kemandirian	Memberikan penyuluhan tentang pentingnya sebuah kemandirian	30%
3	Kurangnya pemahaman para siswa dalam menumbuhkan jiwa wirausaha yang tangguh	Memberikan penyuluhan tentang Pemanfaatan Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Untuk Meningkatkan Penjualan Produk MAN Sampang	50%

### **3. HASIL**

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan pada tanggal 20 Juni 2024 bertempat di MAN Sampang pada pukul 07.00 WIB sampai pukul 09.00 WIB. Dihadiri oleh mahasiswa prodi S1 Kewirausahaan sebanyak 3 orang. Kegiatan ini juga diikuti oleh siswa – siswi dan guru. Kegiatan ini meliputi pemaparan materi, diskusi dan konsultasi serta mengunjungi langsung ke lapak – lapak anggota paguyuban. Peserta sebanyak 100 orang. Peserta sangat antusias saat kegiatan berlangsung dari hasil diskusi didapatkan hampir semua pelajar belum banyak mengetahui tentang pemanfaatan strategi pemasaran melalui media sosial untuk meningkatkan penjualan. Peserta juga mendapatkan konsultasi gratis sesuai permasalahan saat konsultasi usahanya. Peserta PKM juga saat antusias saat kegiatan pemaparan materi berlangsung dan banyak sekali pertanyaan yang disampaikan. Peserta juga mengharapkan kegiatan seperti ini rutin diadakan.

Pemahaman mengenai kewirausahaan sangat penting diterapkan sejak dini untuk menumbuhkan individu siswa yang mandiri, kreatif dan inovatif melalui pembelajaran kewirausahaan. Pendidikan kewirausahaan dapat menanamkan jiwa kreatifitas dan inovasi

dalam menangani masalah dan mempunyai peluang dalam mencapai keberhasilan. Tujuan dari penanaman jiwa kewirausahaan sejak dini yaitu untuk mengembangkan karakter siswa yang kreatif dan inovatif dalam dunia pendidikan maupun diluar pendidikan. Tidak hanya itu pentingnya menumbuhkan karakter mandiri dan jiwa kewirausahaan sejak dini bagi siswa ini berdasarkan kenyataan yang terjadi dimana saat ini dipersaingan di dunia pendidikan maupun di luar pendidikan yang semakin ketat, generasi muda harus ditempa untuk memiliki jiwa kewirausahaan yang didalamnya menciptakan individu yang kreatif dan inovatif agar dapat tetap bersaing dan tidak bergantung kepada siapapun.

Adapun strategi pemanfaatan media sosial untuk meningkatkan penjualan produk siswa:

1. Tentukan Target Konsumen

Sebelum membuat sosial media untuk bisnis kamu, kamu perlu menentukan terlebih dahulu target konsumen yang ingin kamu raih. Hal ini akan sangat membantu kamu untuk menentukan cara berkomunikasi, gaya Bahasa, dan strategi penawan lain yang interaktif untuk konsumen. Dengan begitu, informasi yang diterima akan lebih baik.

2. Pilih Jenis Media Sosial yang Cocok

Setelah mengetahui target konsumen, kamu bisa mengidentifikasi sosial media yang paling sering konsumen gunakan. Ini sangat penting untuk menjaga interaksi yang baik dan bisa meraih lebih banyak konsumen sehingga meningkatkan pembelian.

3. Buat Konten yang Bernilai

Hal yang perlu kamu perhatikan dalam memasarkan produk di sosial media adalah kamu harus bisa memastikan setiap konten yang kamu buat mampu memberikan informasi bagi konsumen. Konten yang bernilai adalah konten yang dapat menjawab pertanyaan-pertanyaan dari konsumen yang berminat pada produk kamu. Dengan konten yang bernilai kamu juga bisa memberikan manfaat kepada kamu, seperti reputasi bisnis yang semakin baik sehingga dapat dikenal oleh lebih banyak orang.

4. Membagikan Pengetahuan Terkait Produk Kamu

Yang bisa kamu lakukan selanjutnya yaitu membagikan informasi tentang produk yang kamu jual. Kamu bisa membagikan tips penggunaan dan penyimpanan produk kamu, membuat video informasi produk kamu dan masih banyak lagi.

5. Gunakan Gambar yang Atraktif

Penggunaan gambar-gambar yang atraktif dapat menarik perhatian konsumen dengan cepat. Kamu bisa mengunggahnya di sosial media kamu seperti di Instagram, Facebook atau Twitter. Gambar yang kamu gunakan juga bisa sebagai sarana penyampaian

informasi agar mudah dicerna bagi yang melihatnya.

6. **Buat Profil yang Unik dan Berciri Khas**

Penting untuk membuat profil sosial media kamu dengan menarik dan berbeda dari yang lain karena profil di sosial media kamu merupakan “wajah” dari produk yang kamu jual. Profil adalah hal pertama yang akan dilihat oleh konsumen. Jadi buatlah semenarik mungkin baik dari sisi visual maupun kalimat yang kamu unggah.

7. **Unggah Konten secara Konsisten**

Hal penting lainnya yang harus diperhatikan untuk memasarkan produk kamu di sosial media adalah melakukan interaksi secara konsisten. Hal ini akan meningkatkan kepercayaan konsumen kepada bisnis kamu dan akan membantu bertambahnya pengikut di sosial media kamu.

8. **Lakukan Interaksi yang Menyenangkan**

Bersikaplah ramah untuk menanggapi komplain pelanggan yang muncul di sosial media. Berikan solusi atas masalah yang dihadapi konsumen hingga masalah tersebut terselesaikan. Jika ada orang lain yang melihat bagaimana cara kamu berinteraksi dalam menangani komplain yang datang kepada kamu dan mereka menyukainya, kamu akan mendapat lebih banyak dukungan sehingga produk yang kamu jual akan semakin berkembang.

9. **Berikan Respons dengan Cepat**

Berikan respon yang cepat dan ramah dalam menanggapi pertanyaan-pertanyaan yang diajukan oleh konsumen terkait produk yang kamu miliki. Jawaban yang responsif adalah bukti bahwa kamu memperhatikan pelanggan dengan baik, tidak terkecuali saat ada komplain.

10. **Berikan Diskon Khusus Follower**

Untuk mendapatkan followers yang banyak, kamu bisa mencoba dengan memberikan penawaran menarik seperti memberikan potongan harga kepada followers kamu. Dengan begitu kamu dapat menarik perhatian pengguna lain untuk mengikuti akun sosial media kamu. Diharapkan kedepannya mereka akan tertarik untuk membeli produk yang kamu jual.

#### **4. DISKUSI**

Dalam laporan kegiatan ini mungkin banyak kekurangan yang ada, untuk itu saya berharap masukan dan kritikan dalam rangka perbaikan untuk kegiatan-kegiatan pengabdian masyarakat di masa yang akan datang dan semoga kegiatan pengabdian

masyarakat ini dapat bermanfaat. Akhirnya, saya mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah mendukung kegiatan yang kami laksanakan.

Laporan kegiatan ini mungkin masih terdapat kekurangan, untuk itu kami berharap masukan dan kritikan sebagai perbaikan untuk kegiatan pengabdian masyarakat yang akan datang. Semoga kegiatan pengabdian masyarakat ini juga dapat bermanfaat bagi masyarakat sekitar lingkungan Universitas Nazhatut Thullab Al-Muafa Sampang.



**Gambar 1.** Pemaparan Materi Kepada Siswa MAN 1 Sampang



**Gambar 2.** Pemaparan Materi Kepada Siswa SMAN 3 Sampang



Gambar 3. Sesi Tanya Jawab Hasil dari Pemaparan Materi



Gambar 4. Sesi Foto Bersama Pasca Kegiatan

## 5. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan tema pemanfaatan strategi pemasaran melalui media sosial untuk meningkatkan penjualan produk disambut baik oleh pelajar dan guru<sup>2</sup>. Secara eksplisit, kegiatan PKM ini memberikan tambahan pengetahuan (mendapatkan penjelasan teoritis) dan referensi pengalaman (mendapatkan penjelasan praktis dari mitra PKM) kepada para peserta di dalam mendirikan suatu bisnis. Tentu, manfaat jangka panjangnya adalah para peserta termotivasi untuk terus mengikuti

berbagai pelatihan kewirausahaan, sehingga di kemudian hari dapat mendirikan usaha yang sesuai dengan bidangnya (sesuai karakteristik dan minatnya).

## **PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS**

Pengabdian kepada masyarakat ini bisa berjalan dengan lancar berkat dukungan dari beberapa pihak. Terimakasih kami ucapkan kepada Kepala Sekolah MAN Sampang, Rektor Universitas Nazhatut Thullab Al-Muafa Sampang, Ketua LPPM Universitas Nazhatut Thullab Al-Muafa Sampang, Tim Media Universitas Nazhatut Thullab Al-Muafa Sampang dan berbagai pihak lainnya yang turut andil membantu kelancaran kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini. Jazakumullah khairan.

## **DAFTAR REFERENSI**

- Aditi, B. (2017). Laporan Pengabdian Kepada Masyarakat: Membangun Motivasi Dan Kreativitas Berwirausaha Di SMU Negeri 2 Binjai.
- Dewi, R. R., Anisa, N. N., & Suryo, I. (2019). Menumbuhkan Wirausaha Baru Bagi Mahasiswa dilingkungan UNIBA Surakarta. *MATAPPA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2.
- Erisna, N. (2016). Laporan Pengabdian Kepada Masyarakat: Penyuluhan Kewirausahaan, Tentang Peningkatan Pendapatan Melalui Bisnis Keluarga. Kepada Perkumpulan Ibu-Ibu Arisan Warga Rt. I. Kelurahan Sukabumi Kecamatan Sukabumi Kota Bandar Lampung.
- Erlangga, H. (2022). The Meaning, Benefit and Importance of Development Entrepreneurship in Higher Education. *Asian Journal of Contemporary Education*, 3(2), 105–110. <https://doi.org/10.18488/journal.137.2019.32.105.110>
- Faisol, F., & Alim, M. N. (2024). Analysis of the Fraud Prevention Model at KSPS Syariah BMT NU Torjun Branch. *ILTIZAM Journal of Shariah Economics Research*, 8(1), 38-49.
- Hardi Utomo, (2014) Among Makarti, Vol.7 No.14, Desember 2014 <https://cabdindikwill.com/blog/menumbuhkan-jiwa-wirausaha-pada-siswa/>
- Haryansyah, S. E., & Zairina, Z. (2024). Karakteristik Wirausaha dan Kompetensi Kewirausahaan terhadap Keberhasilan Usaha (Studi Kasus pada Paguyuban CFD Binaan Diskopindag Kab. Sampang). *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 8(1), 302-309.
- Ira Setiawati, dan Penta Widyartati. Pengaruh Strategi Pemasaran Online Terhadap Peningkatan Laba UMKM. *Proceedings*. Vol. 1. No. 1. 2017.
- Jones, Brian. (2010). Enterprise education as pedagogy. *Education Training*
- Kasmir. (2018). *Kewirausahaan*. Depok: PT. RajaGrafindo Persada

- Prasetyaningsih, Asri. (2016). Membentuk Jiwa Kewirausahaan Pada Anak Usia Dini Melalui Kegiatan “Market Day” Jurnal Program Studi PGRA ISSN (Print): 2540-8801; ISSN (Online):2528-083X Volume 2 Nomor 2 Juli 2016
- Ruskuvaara, Elena.2013. Teachers implementing entrepreneurship education: classroom practices. Education þ Training Vol. 55 No. 2, 2013 pp. 204-216.
- Setiawan, Avi Budi & Karsinah. (2016). Recharging Metode Pembelajaran Kewirausahaan Berbasis Multimedia Untuk Guru Sd Di Desa Tieng Wonosobo. Jurnal ABDIMAS
- Zaenuri, A. (2021). Pentingnya Penerapan Kewirausahaan Sejak Dini Dalam Rangka Menumbuhkembangkan Mentalitas Wirausaha. <http://kewirausahaans1.stekom.ac.id/>