

## *Optimization of social media as an effort to increase sales at Songkok Belimbing SMEs in Sukorejo Lamongan*

Elliv Hidayatul Lailiyah , Rohmatul Fitriyah Dewi, Mohammad Muhajir, Melin Fitriana, Mochammad Rizky Darmawan, Muhammad Alfian, Achnan Suwigo, Lailatul Fariyah

Institut Teknologi dan Bisnis Ahmad Dahlan Lamongan, Lamongan, Indonesia

 [ellivhidayatullailiyah@gmail.com](mailto:ellivhidayatullailiyah@gmail.com)

 <https://doi.org/10.31603/ce6577>

### **Abstract**

*The Covid-19 pandemic caused a drop in sales at the Songkok Belimbing MSME in Sukorejo Village, Karangbinangun District, Lamongan Regency, prompting this community service. The activities are carried out in conjunction with teaching about the importance of social media marketing. Mentoring takes place in addition to theory and includes hands-on experience with Facebook and Instagram. As a result of this program, students have gained a better understanding of how to use and optimize social media sites like Facebook and Instagram. The consequence is that Songkok Belimbing SMEs can utilize social media as a marketing strategy to boost Songkok Starfruit sales.*

**Keywords:** *Social media optimization; Songkok SMEs; Facebook; Instagram*

## **Optimalisasi sosial media sebagai upaya peningkatan penjualan pada UMKM Songkok Belimbing di Desa Sukorejo Lamongan**

### **Abstrak**

Pengabdian kepada masyarakat ini dilatarbelakangi adanya penurunan penjualan pada UMKM Songkok Belimbing di Desa Sukorejo, Kecamatan Karangbinangun, Kabupaten Lamongan karena pandemi Covid-19. Kegiatan dilaksanakan dengan edukasi mengenai pentingnya pemasaran dengan memanfaatkan media sosial. Selain teori, pendampingan juga dilakukan dengan praktik langsung pembuatan media sosial Facebook dan Instagram. Hasil dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah adanya peningkatan pemahaman serta keterampilan dalam menggunakan dan mengoptimalkan sosial media Facebook dan Instagram. Implikasinya adalah pelaku UMKM Songkok Belimbing mampu mengoptimalkan penggunaan sosial media sebagai sarana pemasaran untuk meningkatkan penjualan Songkok Belimbing.

**Kata Kunci:** Optimalisasi media sosial; UMKM Songkok; Facebook; Instagram

## **1. Pendahuluan**

Lamongan merupakan salah satu kabupaten di Provinsi Jawa Timur. Kabupaten Lamongan memiliki 27 kecamatan dengan 474 desa dan kelurahan yang memiliki berbagai macam kegiatan industri. Desa Sukorejo merupakan salah satu desa yang berada di Kecamatan Karangbinangun, Kabupaten Lamongan. Kondisi perekonomian penduduk Desa Sukorejo sebagian besar bermata pencaharian sebagai petani, petambak dan pengusaha di bidang industri (*home industry*).

Tabel 1. Persentase industri di Kecamatan Karangbinangun

No	Jenis Industri	Persentase
1	Produksi kopyah/songkok	23,6 %
2	Produksi jala	14,2 %
3	Warung kopi	8,4 %
4	Jala	5,8 %
5	Produksi tas	3,9 %

Berdasarkan Tabel 1, persentase tertinggi industri di Kecamatan Karangbinangun di dominasi oleh industri songkok yaitu sebesar 23,6 %. Sehingga dapat diketahui bahwa Kecamatan Karangbinangun sebagian besar penduduknya menggeluti *home industry* produksi songkok. Songkok dengan nama lain kopyah dan peci digunakan sebagai penutup kepala bagi laki-laki. Songkok merupakan bagian pelengkap dalam berbusana tidak hanya bagi kaum santri tetapi juga sebagai busana tradisional dalam masyarakat secara umum sehingga tersirat mempunyai makna yang penting dalam penggunaannya (Ghofur, 2020). Songkok memiliki banyak jenis, songkok yang diproduksi di Desa Sukorejo adalah songkok dengan model buah belimbing sehingga disebut dengan songkok belimbing.

UMKM Songkok Belimbing di Desa Sukorejo memiliki peran penting dalam perekonomian masyarakat sekitar, karena sebagian besar masyarakat berkecimpung dalam industri songkok ini. Hal ini terutama dirasakan dalam masa pandemi Covid-19 yang memiliki dampak luar biasa dalam segala sektor kehidupan. Begitu pula yang terjadi pada UMKM Songkok Belimbing Desa Sukorejo yang terdampak pandemi. Menurunnya tingkat penjualan mengakibatkan sebagian besar masyarakat di Desa Sukorejo mengalami kesulitan perekonomian. Oleh karena itu, berdasarkan situasi pada saat ini UMKM Songkok Belimbing di Desa Sukorejo membutuhkan pendampingan dalam meningkatkan penjualan produk Songkok Belimbing. Pendampingan ini akan memanfaatkan peran media sosial dalam proses pemasaran sehingga dapat meningkatkan penjualan. Hal ini dikarenakan selama ini UMKM di Desa Sukorejo masih melakukan pemasaran secara tradisional dan belum menggunakan media sosial sehingga ketika terjadi pandemi pemasaran berhenti dan mengakibatkan penurunan penjualan. Media sosial merupakan media *online* yang dapat digunakan agar penggunaanya dapat berpartisipasi, berbagi dan menciptakan isi pesan dengan cara yang lebih mudah (Cahyono, 2016). Adanya pendampingan pada UMKM Songkok Belimbing di Desa Sukorejo dengan mengoptimalkan media sosial diharapkan dapat meningkatkan penjualan produk Songkok Belimbing.

## 2. Metode

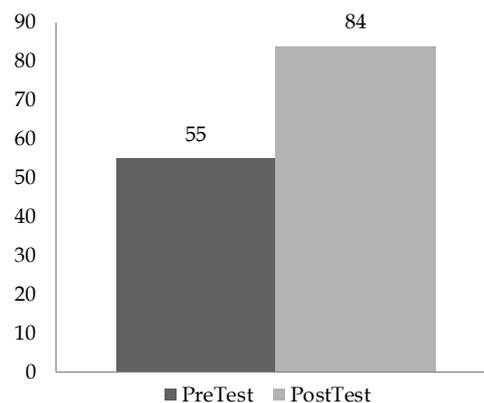
Metode pelaksanaan yang dilaksanakan dalam pengabdian ini adalah menganalisis serta mengevaluasi kegiatan produksi dan pemasaran Songkok Belimbing yang telah dilakukan saat ini dengan menggunakan *pre-test* pertanyaan terkait pemasaran melalui sosial media. Selanjutnya, melakukan pendampingan berupa edukasi mengenai pentingnya pemasaran dengan memanfaatkan media sosial di masa sekarang serta dilanjutkan dengan praktik langsung pembuatan media sosial. Adapun media sosial yang digunakan yaitu Facebook dan Instagram. Praktik juga disertai dengan edukasi menggunakan fitur-fitur yang ada di kedua media sosial tersebut sehingga optimalisasi penggunaan media sosial bisa tercapai. Kegiatan diakhiri dengan

melakukan *post-test* sehingga diketahui pengaruh pendampingan yang dilakukan terhadap tingkat pemahaman pelaku UMKM. Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan pada tanggal 14 dan 15 Agustus tahun 2021 di empat UMKM Songkok Belimbing Desa Sukorejo, Kecamatan Karangbinangun, Kabupaten Lamongan, Jawa Timur.

### 3. Hasil dan Pembahasan

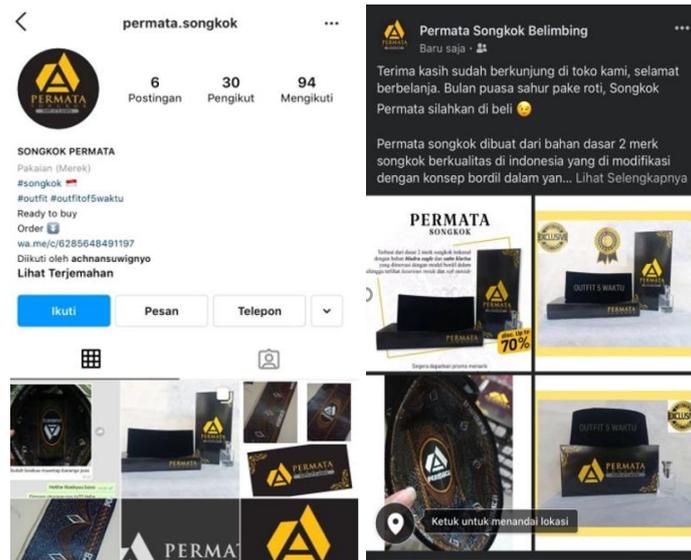
Pelaksanaan kegiatan pendampingan dengan optimalisasi media sosial untuk peningkatan penjualan UMKM Songkok Belimbing telah dilaksanakan dengan lancar. Pendampingan dilakukan untuk memberikan edukasi kepada UMKM Songkok Belimbing tentang sistem pemasaran yang lebih optimal serta mudah, terutama dalam era modern serta kondisi pandemi seperti saat ini. Hal-hal yang disampaikan yaitu meliputi kondisi saat ini, pentingnya teknologi, penggunaan internet dan sosial media.

Sebelumnya, pada tahap awal dilakukan *pre-test*. Yaitu berupa pemahaman mengenai pemasaran melalui sosial media. [Gambar 1](#) merupakan nilai rata-rata *pre-test* dan *post-test*. Hasil *pre-test* menunjukkan bahwa rata-rata mendapatkan nilai 55 yang berarti bahwa selama ini UMKM Songkok Belimbing Desa Sukorejo belum melakukan pemasaran melalui media sosial karena kurangnya pemahaman terkait pemasaran digital. Setelah dilakukan pendampingan serta edukasi, pemahaman UMKM Songkok Belimbing terkait pemasaran melalui sosial media meningkat. Hal ini terlihat dari rata-rata nilai *posttest* yaitu memiliki rata-rata nilai sebesar 84. Terdapat perbedaan yang bermakna antara tingkat pengetahuan akhir dengan awal pada responden yang telah mendapatkan sosialisasi, adanya sosialisasi membuat responden yang sebelumnya tidak mengetahui menjadi tahu dan paham ([Ariyanti et al., 2020](#)).



[Gambar 1](#). Nilai rata-rata *pre-test* dan *post-test*

Setelah edukasi, dilakukan tahapan selanjutnya yaitu metode *experimental learning* atau praktik secara langsung pembuatan sosial media. Sosial media yang digunakan yaitu aplikasi Facebook dan Instagram ([Gambar 2](#)). Praktik juga disertai dengan edukasi menggunakan fitur-fitur yang ada di kedua media sosial tersebut sehingga optimalisasi penggunaan media sosial bisa tercapai. Praktik ini dilakukan dengan cara membuat konten, memposting produk dan memberikan *caption* pada produk baik melalui Instagram maupun Facebook ([Gambar 3](#)).



Gambar 2. Hasil praktik pemasaran melalui Instagram dan Facebook



Gambar 3. Pendampingan dan edukasi sosial media pada UMKM Songkok Belimbing

## 4. Kesimpulan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan di UMKM Songkok Belimbing Desa Sukorejo, Kecamatan Karangbinangun, Kabupaten Lamongan terlaksana dengan baik yaitu berupa pendampingan serta edukasi. Pengabdian ini dilakukan untuk mengatasi permasalahan UMKM Songkok Belimbing yaitu menurunnya penjualan Songkok Belimbing akibat Covid-19. Pengabdian ini berupa pendampingan pemasaran dengan mengoptimalkan peran sosial media Facebook dan Instagram. Hasil dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah adanya peningkatan pemahaman serta ketrampilan menggunakan dan mengoptimalkan sosial media Facebook dan Instagram. Implikasinya adalah pelaku UMKM Songkok Belimbing Desa Sukorejo mampu mengoptimalkan penggunaan sosial media sebagai sarana pemasaran untuk meningkatkan penjualan Songkok Belimbing. Keterbatasan kegiatan ini hanya sampai pada penggunaan sosial media Facebook dan Instagram, kedepannya diharapkan dapat menambah edukasi terkait sosial media yang lain seperti WhatsApp Business, Shopee, Tokopedia, Google My Business dan lain sebagainya maupun pendampingan mengenai katalog produk.

## Ucapan Terima Kasih

---

Ucapan terima kasih disampaikan kepada Pemerintah Desa Sukorejo, Kecamatan Karangbinangun, Kabupaten Lamongan, Jawa Timur, UMKM Songkok Desa Sukorejo, Karang taruna Desa Sukorejo, dan masyarakat Desa Sukorejo

## Daftar Pustaka

---

- Ariyanti, R., Preharsini, I. A., & Sipolio, B. W. (2020). Edukasi Kesehatan Dalam Upaya Pencegahan dan Pengendalian Penyakit Hipertensi Pada Lansia. *To Maega : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(2). <https://doi.org/10.35914/tomaega.v3i2.369>
- Cahyono, A. S. (2016). Pengaruh media sosial terhadap perubahan sosial masyarakat Di Indonesia. *Publiciana*, 9(1), 140-157. <https://journal.unita.ac.id/index.php/publiciana/article/view/79>
- Ghofur, A. (2020). Songkok Celleng. *Dakwatuna: Jurnal Dakwah dan Komunikasi Islam*, 6(1). <https://doi.org/10.36835/dakwatuna.v6i01.503>



This work is licensed under a Creative Commons Attribution Non-Commercial 4.0 International License

---