



## Original Article

# PENGOPTIMALAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA PEMASARAN ONLINE PADA BUMDES ISTAMBUL KARYA DALAM PENGELOLAAN PANTAI GLAGAH WANGI DESA TAMBAK BULUSAN KECAMATAN KARANG TENGAH KABUPATEN DEMAK.

Robetmi Jumpakita Pinem<sup>1\*</sup>, Naili Farida<sup>2</sup>, Agung Budiatmo<sup>3</sup>, Sari Listyorini<sup>4</sup>, Widayanto<sup>5</sup>

<sup>1,2,3,4,5</sup>Faculty of Social and Political Science Diponegoro University, Semarang, Indonesia

## Article Info

*Keywords:*  
tourism,  
online marketing,  
social media,

*Received ; November 2021*

*Available online:*

*November 2021*

## ABSTRACT

*[Optimizing Social Media as Online Marketing Media at BUMDES Istanbul Karya in Management of Glagah Wangi Beach, Tambak Bulusan Village, Karang Tengah District, Demak Regency] Central Java has various tourism potentials with uniqueness that can become a magnet to attract tourists. The number of tourist visits to Central Java in 2018 was 30.271.679 people, this number and continues to increase until in 2019 it was recorded at 58.592.562 people. Marketing strategy is an effort that can be done to introduce tourism products that can increase the number of visitors. However, in Glagah Wangi Beach tourism, online marketing has not been carried out optimally. Based on this phenomenon, the Department of Business Administration Diponegoro University held training on optimizing social media as a marketing medium for Glagah Wangi Beach tourism at BUMDES Istanbul Karya. The existence of this training can support the introduction of Glagah Wangi Beach to tourists through optimization of social media.*

© 2021 JPV: Jurnal Pengabdian Vokasi Universitas Diponegoro.

## 1. Pendahuluan

Jawa Tengah merupakan salah satu provinsi di Indonesia yang memiliki berbagai macam potensi pariwisata, baik wisata alam maupun wisata budaya, pariwisata di Jawa Tengah mempunyai daya tarik dan keunikan tersendiri sehingga dapat menjadi magnet untuk membidik wisatawan, salah satunya karena letak geografis Jawa Tengah yang memiliki keindahan alam dan budaya (Departemen Pengembangan UMKM. 2016).

Jawa Tengah sebagai salah satu provinsi yang memiliki banyak pilihan destinasi pariwisata di Indonesia, melalui slogan pariwisatanya yaitu Visit Jawa Tengah terus mengalami peningkatan jumlah kunjungan wisatawan baik dari wisatawan nusantara maupun wisatawan mancanegara. Jumlah kunjungan wisatawan yang berkunjung ke Jawa Tengah pada tahun 2018 sebesar 30.271.679 orang, jumlah ini dan terus mengalami peningkatan hingga pada tahun 2019 tercatat sebesar 58.592.562 orang yang melakukan kunjungan wisata di Jawa Tengah. Hal ini tentu

menunjukkan bahwa Jawa Tengah masih menjadi tujuan utama wisatawan dalam melakukan kegiatan wisata (Undang-Undang Nomor 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah, Biro Pusat Statistik. IKM Jawa Tengah dalam angka).

Kotler, (2004) mengatakan strategi pemasaran yang bisa digunakan adalah kegiatan promosi dan pemasaran online, dimana kegiatan promosi dilakukan secara langsung dan kegiatan pemasaran online dilakukan secara tidak langsung. Kegiatan ini digunakan sebagai upaya meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan baik domestik maupun mancanegara serta mengoptimalkan potensi pariwisata yang ada di Kabupaten Demak. Sehingga strategi pemasaran melalui promosi dan pemasaran online yang dilakukan diharapkan mampu menarik kunjungan wisatawan domestik maupun luar negeri datang berwisata di Jawa Tengah (Welsch, P Harold. 1993).

Strategi pemasaran merupakan salah satu cara dalam mengenalkan produk kepada konsumen, dan hal ini menjadi penting karena akan berhubungan dengan laba yang akan dicapai oleh perusahaan.

\* Corresponding author.

E-mail: [robetmi@lecturer.undip.ac.id](mailto:robetmi@lecturer.undip.ac.id)

Strategi pemasaran akan berguna secara optimal bila didukung oleh perencanaan yang terstruktur baik dalam segi internal maupun eksternal perusahaan. Dalam ilmu pemasaran, sebelum melakukan berbagai macam promosi atau pendekatan pemasaran lainnya, perusahaan harus terlebih dahulu membidik pasar atau segmen secara jelas. Sebagian besar kegagalan usaha yang terjadi disebabkan oleh gagalnya perusahaan mendefinisikan pasar yang dituju dan bagaimana potensinya. Dengan banyaknya jumlah konsumen dan keanekaragaman keinginan pembelian menyebabkan perusahaan tidak dapat memasuki semua segmen pasar, perusahaan harus dapat mengidentifikasi segmen pasar yang dapat dilayani paling efektif, yaitu dengan melakukan penelitian segmentasi. Menurut Kotler (2008) strategi pemasaran harus dibangun berdasarkan tiga langkah utama dalam pemasaran bersasaran yaitu STP (*Segmentation, Targeting, dan Positioning*). Proses ini merupakan bagian dari kegiatan penciptaan dan penyampaian nilai kepada konsumen yang tujuan akhirnya adalah kepuasan konsumen.

Berdasarkan fenomena di atas, maka perlu disusun “Peningkatan Kemampuan tentang pemasaran online melalui media sosial dalam menjalankan pengelolaan Pantai Glagah Wangi Desa Tambak Bulusan Kecamatan Karang Tengah Kabupaten Demak dilakukan melalui pelatihan dan pendampingan”.

## 2. Metode Pelaksanaan

Peningkatan kemampuan tentang pemasaran online melalui media sosial dalam menjalankan pengelolaan Pantai Glagah Wangi Desa Tambak Bulusan Kecamatan Karang Tengah Kabupaten Demak dilakukan melalui pelatihan dan pendampingan.

## 3. Hasil dan Pembahasan

Pengguna internet yang semakin banyak menjadi peluang yang besar untuk pelaku bisnis memasarkan produk serta memperkenalkan tempat wisata. Saat ini Pemasaran Online menjadi pilihan utama bagi pelaku bisnis, hal ini dikarenakan pemasaran online memiliki banyak keuntungan dibanding dengan pemasaran konvensional. Oleh karena itu, Tim Pengabdian Masyarakat Departemen Administrasi Bisnis FISIP Undip memberikan Pelatihan Pemasaran Online. Pelatihan Pemasaran Online telah dilaksanakan di Balai Desa Tambak Bulusan, Kecamatan Karang Tengah, Kabupaten Demak pada hari Sabtu tanggal 9 Oktober 2021. Acara ini dimulai pada pukul 10.00 hingga 12.00, yang dihadiri oleh 11 peserta terdiri dari anggota Badan Usaha Milik Desa dan masyarakat Desa Tambak Bulusan (Yohnson. 2003).



Gambar 1. Foto Bersama Peserta Pelatihan

Acara pelatihan ini fokus pada Mengoptimalkan Media Sosial Sebagai Media Pemasaran Online Dalam Pengelolaan Pantai Glagah Wangi pada BUMDES Istambul Karya Desa Tambak Bulusan Kecamatan Karang Tengah Kabupaten Demak. Pelatihan sebelumnya fokus pada pelatihan produk karya khas Pantai Glagah Wangi yang selama ini belum ada sehingga diharapkan bisa menjadi ciri khas oleh-oleh bagi pengunjung (Sujanti, Sri. 2009).



Gambar 2. Proses Pelatihan Sedang Berlangsung

Acara dibuka dengan sambutan oleh Tim Pengabdian Masyarakat Departemen Administrasi Bisnis Universitas Diponegoro yang memberikan sepatah kata tentang pentingnya pemasaran online, yang mengharapkan dengan adanya pelatihan pemasaran online ini dapat mengembangkan Desa Tambak Bulusan menjadi Desa Wisata melalui pemasaran di media sosial serta masyarakat dapat menjual produk-produk khas Desa Tambak Bulusan. Dilanjutkan sambutan oleh Pak Musahadi selaku ketua Bumdes Tambak Bulusan yang mengharapkan masyarakat dapat memperkenalkan Pantai Glagah Wangi melalui media sosial agar banyak orang yang berkunjung serta masyarakat dapat memperoleh penghasilan dan memperluas bisnisnya melalui pemasaran online (Pujiastuti, Eny Endah, dkk. 2008).

Pelatihan pada Mengoptimalkan Media Sosial Sebagai Media Pemasaran Online Dalam Pengelolaan Pantai Glagah Wangi pada BUMDES Istambul Karya

Desa Tambak Bulusan Kecamatan Karang Tengah Kabupaten Demak menjadi salah satu kegiatan yang dapat digunakan bagi anak muda yang ada di kabupaten Demak untuk bisa memperluas jangkauan konsumen tidak hanya bagi yang berkunjung ke Pantai Glagah Wangi karena akan mampu menarik pengunjung dari daerah lain.



Gambar 3. Proses Pelatihan dan Tanya Jawab Dengan Peserta Pelatihan

Masuk dalam inti acara yaitu Pelatihan Pemasaran Online oleh Derwinto Sipayung selaku pembicara pada sesi ini. Penyampaian materi diawali dengan pemberian informasi mengenai kemajuan teknologi yang membuat segala aspek kehidupan menjadi serba online dilanjutkan dengan memberikan analisis kelebihan dan kekurangan dari pemasaran online serta contoh pelaku bisnis sukses yang memasarkan produknya secara online hingga memiliki omset hingga 150 juta. Hal ini diharapkan dapat mentrigger peserta untuk semangat dalam mempelajari pemasaran online. Setelah itu pelatihan pembuatan akun Shopee dan Google Bisnisku. Tak lupa Tim Pengabdian Masyarakat Departemen Administrasi Bisnis FISIP Undip menyediakan Modul Penerapan Pemasaran Digital agar peserta dapat memahami materi yang diberikan. Pelatihan ini disambut antusias oleh para peserta dengan fokusnya peserta akan pelatihan dan melakukan tanya jawab untuk memperdalam materi yang disampaikan (Stevenson, Howard H, 2000).

Tidak dapat dipungkiri bahwa teknologi merupakan salah satu penghubung paling power full antara penjual dan pembeli. Peserta pelatihan yang dominan anak muda diharapkan mampu memanfaatkan potensi internet untuk memasarkan produk dari BUMDES Istambul Karya Desa Tambak Bulusan Kecamatan Karang Tengah Kabupaten Demak. Anak muda yang cepat dapat memahami teknologi sehingga dapat menggunakan teknologi internet untuk bisa melaksanakan penjualan online.



Gambar 4. Proses Pelatihan Penggunaan Shopee

Antusias peserta anak muda yang mengikuti pelatihan Mengoptimalkan Media Sosial Sebagai Media Pemasaran Online Dalam Pengelolaan Pantai Glagah Wangi pada BUMDES Istambul Karya Desa Tambak Bulusan Kecamatan Karang Tengah Kabupaten Demak. Peserta aktif dalam sesi tanya jawab penggunaan dan proses pengaplikasian social media dan *e-commerce* untuk berjualan. Pelatihan ini diharapkan mampu meningkatkan penjualan sehingga ekonomi masyarakat dapat meningkat (Powers, Joshua B dan Patricia P. McDougall. 2005, Naughton, Michael dan Jeffrey Cornwall. 2009).

Pelatihan ini memang diharapkan mampu meningkatkan literasi masyarakat untuk bisa memanfaatkan internet untuk berjualan untuk menjangkau pelanggan yang lebih luas sehingga mampu meningkatkan ekonomi masyarakat. Menggunakan marketplace atau platform online lainnya untuk memberikan banyak manfaat bagi pengguna atau peserta pelatihan yang ikut pada pelatihan Mengoptimalkan Media Sosial Sebagai Media Pemasaran Online Dalam Pengelolaan Pantai Glagah Wangi pada BUMDES Istambul Karya Desa Tambak Bulusan Kecamatan Karang Tengah Kabupaten Demak Lacho, Kenneth. 2010).

Beberapa keuntungan yang dapat diterima oleh peserta yang mengikuti pelatihan adalah:

1. Meningkatkan pangsa pasar

Dengan melaksanakan penjualan online dari produk dari BUMDES Istambul Karya Desa Tambak Bulusan Kecamatan Karang Tengah Kabupaten Demak diharapkan mampu meningkatkan pangsa pasar yang jauh lebih luas tidak hanya pengunjung yang datang mengunjungi Pantai Glagah Wangi.

2. Menurunkan biaya

Dengan menjual produk kerajinan secara online akan menurunkan biaya untuk sewa tempat dan biaya lainnya karena akan lebih mudah untuk penjualan bahkan cukup di rumah saja atau tempat operasional yang lebih kecil sehingga dapat menurunkan biaya operasional bagi peserta pelatihan Mengoptimalkan Media Sosial Sebagai Media Pemasaran Online Dalam Pengelolaan Pantai Glagah Wangi pada BUMDES Istambul

Karya Desa Tambak Bulusan Kecamatan Karang Tengah Kabupaten Demak.

3. Lebih fleksible

Dengan menjual online masyarakat yang terlibat juga akan lebih mudah melakukan memproses orderan online. Sehingga masyarakat dapat menjalankan kegiatan menjual souvenir secara offline pada siang hari dan menjual souvenir secara online pada malam hari.

#### 4. Kesimpulan dan Saran

##### Kesimpulan

Kegiatan pengabdian yang terlaksana berkat kerja sama Departemen Administrasi Bisnis Universitas Diponegoro dan BUMDES Istambul Karya Desa Tambak Bulusan Kecamatan Karang Tengah Kabupaten Demak, dapat disimpulkan:

1. Pantai Glagah Wangi yang memiliki potensi yang beragam seperti tambak, mangrove dan pantai dapat menjadikan Desa Tambak Bulusan sebagai Desa Wisata. Sangat disayangkan jika keindahan alam yang diberikan Pantai Glagah Wangi tidak diperkenalkan kepada khalayak umum.
2. Teknologi yang semakin canggih membuat semua menjadi mudah, sehingga dalam memperkenalkan Pantai Glagah Wangi dengan menggunakan Pemasaran Online. Sehingga Tim Pengabdian Masyarakat Departemen Administrasi Bisnis FISIP Undip memberikan Pelatihan Pemasaran Online yang diharapkan Pantai Glagah Wangi lebih dikenal sehingga dapat menarik banyak pengunjung.
3. Kekompakan tim BUMDES Istambul Karya Desa Tambak Bulusan Kecamatan Karang Tengah Kabupaten Demak sangat di butuhkan untuk meningkatkan partisipasi masyarakat yang memahami penjualan online.

##### Saran

Adapun saran setelah pelaksanaan kegiatan pengabdian yang terlaksana berkat kerja sama Departemen Administrasi Bisnis Universitas Diponegoro dan BUMDES Istambul Karya Desa Tambak Bulusan Kecamatan Karang Tengah Kabupaten Demak adalah:

1. Pembinaan masyarakat secara intens guna mengolah hasil alam berupa mangrove menjadi kerajinan yang berkualitas dan menjual secara online perlu terus dibina oleh pemerintah setempat untuk menjaga keberlanjutan memanfaatkan platform online.
2. Adanya pembimbingan dari pihak kampus untuk terus menjadi wadah komunikasi dan diskusi untuk meningkatkan pemanfaatan internet untuk memasarkan produk.
3. Pengenalan masyarakat kepada teknologi yang sejalan guna mendukung keberlangsungan usaha.
4. Program pembinaan harus disasarkan kepada seluruh masyarakat.

#### 5. Referensi

- Departemen Pengembangan UMKM. 2016. *Profil Bisnis UMKM*.
- Undang-Undang Nomor 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah.
- Alma, Buchari. 2001. *Kewirausahaan*. Bandung: Alfa Beta.
- Biro Pusat Statistik. IKM Jawa Tengah dalam angka.
- Danim, Sudarwan. 2002. *Menjadi Peneliti Kualitatif* Cetakan 1. Bandung: Pustaka Setia.
- Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi. 2014. *Buku Pedoman Program Mahasiswa Wirausaha (PMW)*. Jakarta: Dikti.
- Kotler, Philip; Armstrong, Garry, 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jilid 1, Erlangga, Jakarta.
- Lacho, Kenneth. 2010. *Entrepreneurship Education: Another Approach*. *Small Business Institute Journal*.
- Naughton, Michael dan Jeffry Cornwall. 2009. *Culture as the Basis of The Good Entrepreneur*.
- Powers, Joshua B dan Patricia P. McDougall. 2005. *University Start-up Information and Technology Licensing with Firms that Go Public: a Resource-Based View of Academic Entrepreneurship*.
- Pujiastuti, Eny Endah, dkk. 2008. *Perpaduan antara Teori dengan Praktek pada Model Inkubator Bisnis*. Makalah
- Stevenson, Howard H, 2000, *Why entrepreneurship has won!* Coleman White paper, USASBE Plenary Address.
- Sujanti, Sri. 2009. *Pengembangan Sikap Kemandirian Melalui Pendidikan Kewirausahaan: Studi pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP UNLAM Banjarmasin*. *Disertasi*. Bandung: PPS, UPI Bandung
- Yohnson. 2003. "Peranan Universitas dalam Memotivasi Sarjana Menjadi Young Entrepreneur." *Jurnal manajemen & Kewirausahaan*. Vol 5 no 2 September (2003). Surabaya: Universitas Kristen Petra.
- Welsch, P Harold. 1993. *Entrepreneurship Education and Training Infrastructure: External Intervention in the Classroom*. *Paper Presented at the Conference Internationalizing Entrepreneurship Education and Training*. Vienna Australia.