

EKSPLORASI PEMANFAATAN SOCIAL ADVERTISING MELALUI PROMOSI BARANG RONGSOKAN DALAM UPAYA MENINGKATKAN EKONOMI LOKAL DI DESA TALANG NANGKA

Khoirun¹⁾, Roswaty²⁾, Lili Syafitri³⁾, Andini Utari Putri⁴⁾, Yogie Ardiwinata⁵⁾

¹⁾ Fakultas Ekonomi Manajemen Universitas Indo Global Mandiri

²⁾ Fakultas Ekonomi Akuntansi Universitas Indo Global Mandiri

³⁾ Fakultas PWK Universitas Indo Global Mandiri

2021510087@students.uigm.com

Abstract

The UMKM scrap factory in Talang Nangka Village faces the challenge of competing in a competitive industry. The main problems include difficulties in setting competitive selling prices and the inadequate use of social media as a promotional tool. Through pricing training and assistance in using social media, these UMKM have succeeded in increasing the competitiveness of their products and business exposure. Evaluations show significant increases in sales and engagement on social media. Overall, the implementation of this strategy has resulted in increased price competitiveness, increased use of social media, and improved digital marketing strategies for Talang Nangka Village scrap factory UMKM.

Keywords: Junk, Promotion, Social Advertising.

Abstrak

Pabrik rongsokan UMKM di Desa Talang Nangka menghadapi tantangan bersaing dalam industri yang kompetitif. Permasalahan utama meliputi kesulitan dalam menetapkan harga jual yang kompetitif dan tidak terpenuhinya pemanfaatan media sosial sebagai alat promosi. Melalui pelatihan penetapan harga dan pendampingan dalam penggunaan media sosial, UMKM ini berhasil meningkatkan daya saing produk serta eksposur bisnis mereka. Evaluasi menunjukkan peningkatan yang signifikan dalam penjualan dan keterlibatan di media sosial. Secara keseluruhan, implementasi strategi ini telah menghasilkan peningkatan daya saing harga, peningkatan pemanfaatan media sosial, dan peningkatan strategi pemasaran digital untuk UMKM pabrik rongsokan Desa Talang Nangka.

Keywords: Rongsokan, Promosi, Iklan Sosial.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi telah menyebabkan peningkatan signifikan dalam produksi barang dan produk, yang pada akhirnya meningkatkan jumlah limbah. Salah satu limbah yang semakin menjadi perhatian adalah rongsokan atau barang-barang bekas yang tidak lagi digunakan. Rongsokan

mencakup berbagai jenis barang seperti logam tua, kendaraan rusak, elektronik usang, dan berbagai material lain yang dianggap tidak berguna lagi (Rosida, 2019).

UMKM pabrik rongsokan di Desa Talang Nangka beroperasi dalam industri yang sangat kompetitif, yang dimana harga jual produk sangat dipengaruhi oleh fluktuasi harga bahan

baku dan biaya produksi. UMKM ini belum menggunakan strategi penetapan harga yang optimal juga dikenal sebagai harga kompetitif sehingga mereka sering mengalami kesulitan untuk menentukan harga jual yang kompetitif dan menguntungkan. Sebaliknya, promosi media sosial belum digunakan sepenuhnya, yang mengakibatkan jangkauan pasar yang terbatas dan eksposur yang kurang terhadap pelanggan potensial di luar daerah (Sobirin, 2020).

Promosi dan persaingan harga merupakan dua faktor penting yang sangat mempengaruhi kesuksesan bisnis rongsokan. Promosi yang tepat dapat meningkatkan keterlihatan perusahaan dan menarik lebih banyak konsumen. Sedangkan strategi penetapan harga yang kompetitif dapat menjadi kunci dalam menarik pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan lama (Huma, 2021).



Gambar 1. Melakukan wawancara bersama

UMKM pabrik rongsokan khususnya di Desa Talang Nangka mereka menghadapi kesulitan bersaing dengan pabrik lain dalam hal harga jual, terutama ketika harga bahan baku naik. Pemilik usaha tidak memiliki strategi untuk menetapkan harga yang

kompetitif, sehingga daya saing produk di pasar menurun. Promosi usaha masih dilakukan dengan cara konvensional, dan penggunaan media sosial sebagai platform promosi belum efisien. Akibatnya sulit untuk menjangkau pelanggan baru dan peluang peningkatan penjual pun berkurang.



Gambar 2. Mahasiswa bersama pelaku usaha rongsokan

Pelatihan ini mencakup analisis biaya produksi, harga pasar, dan margin keuntungan, sehingga pelaku usaha dapat menetapkan harga jual yang lebih kompetitif. Pelaku usaha di didik untuk membuat dan mengelola akun media sosial di Facebook dan Instagram serta menggunakan fitur iklan berbayar untuk meningkatkan visibilitas bisnis mereka (Lahirya, 2019).

METODE

Pendekatan strategis yang diterapkan untuk mengatasi tantangan UMKM pabrik rongsokan di Desa Talang Nangka telah menunjukkan hasil yang signifikan. Pelatihan tentang strategi penetapan harga, yang mencakup analisis biaya produksi, harga pasar, dan margin keuntungan, telah memungkinkan pelaku usaha menetapkan harga jual yang lebih kompetitif (Nuzula, 2018).

Melalui pengolahan akun media sosial di platform seperti Facebook dan

Instagram serta pemanfaatan fitur iklan berbayar, UMKM berhasil meningkatkan jumlah pengikut, interaksi dengan konten, dan perhatian terhadap produk mereka. Berikut tahap-tahap rangkaian dari kegiatan:

1. Survey

Pada tahap ini kami bekerja sama dengan Karang Taruna Desa Talang Nangka untuk melakukan survei kepada pelaku usaha rongsokan. Dari survei ini kami memperoleh beberapa temuan seperti, mengidentifikasi jenis rongsokan yang memiliki potensi untuk dipromosikan dan memberikan arahan mengenai penggunaan media sosial dengan mengelola rongsokan di Desa Talang Nangka.

2. Persiapan

Pada tahap ini kami menyiapkan pendampingan khusus yang diberikan untuk memastikan penggunaan media sosial sebagai alat promosi dimanfaatkan secara optimal. Para pelaku usaha dibimbing dalam pembuatan dan pengelolaan akun media sosial di Facebook dan Instagram, serta diajarkan cara menggunakan fitur iklan berbayar guna meningkatkan visibilitas bisnis mereka.

3. Pelaksanaan

Pada tahap ini kami melakukan proses pelaksanaan promosi barang rongsokan melalui media sosial dilakukan dengan memaksimalkan penggunaan platform seperti Facebook dan Instagram untuk memperluas pasar, menampilkan produk secara lebih menarik, serta menggunakan fitur iklan berbayar untuk meningkatkan visibilitas dan menarik lebih banyak pembeli.

Dalam promosi tersebut harga beli setiap barang rongsokan selalu diupdate agar calon penjual bisa memantau pergerakan harga sehingga

masyarakat luas banyak yang berminat menjual barang rongsokan mereka ke penampung rongsokan Desa Talang Nangka.

Pada tahapan berikutnya dilakukan pembukuan biaya yang dikeluarkan untuk membeli barang bekas, biaya tenaga kerja, biaya promosi dan biaya transportasi ditambah margin keuntungan didapatkan harga jual yang akan ditetapkan kepada agen barang rongsokan.



Gambar 2. Tempat penyimpanan barang rongsokan

Peningkatan kesadaran merek, jumlah pelanggan baru, dan perluasan jangkauan pasar menjadi hasil yang signifikan dari strategi ini. Metode ini berhasil meningkatkan daya saing harga, pemanfaatan media sosial, dan memperkuat strategi pemasaran digital UMKM pabrik rongsokan di Desa Talang Nangka (Nurul Pramatha & Indah Susantun, 2023).

Hasil evaluasi mengungkapkan adanya peningkatan yang signifikan dalam penjualan serta keterlibatan di media sosial, yang mengindikasikan bahwa strategi yang diterapkan telah berhasil mencapai tujuan utama dan memberikan dampak positif bagi UMKM pabrik rongsokan. Peningkatan ini tidak hanya terbatas pada volume penjualan, tetapi juga mencakup

pertumbuhan interaksi digital, dimana pelanggan semakin terlibat dalam umpan balik yang berharga.

Selain itu, kesadaran merek juga mengalami peningkatan yang nyata, dengan semakin banyak orang yang mengenali dan mempercayai produk serta layanan yang ditawarkan oleh UMKM. Peningkatan kesadaran merek ini turut berkontribusi langsung pada bertambahnya loyalitas pelanggan, yang ditandai dengan peningkatan pembelian berulang dan rekomendasi produk kepada orang lain. Kondisi ini memperkuat posisi pasar UMKM pabrik rongsokan, memberikan mereka keunggulan kompetitif di tengah persaingan yang semakin intens.

Strategi yang diterapkan tidak hanya berfokus pada peningkatan penjualan jangka pendek, tetapi juga membangun fondasi yang kuat untuk pertumbuhan jangka panjang. Dengan meningkatnya kepercayaan dan keterikatan pelanggan, UMKM ini kini berada dalam posisi yang lebih baik untuk mengembangkan bisnisnya lebih jauh, memperluas pangsa pasar, dan beradaptasi dengan perubahan pasar yang dinamis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa masalah UMKM pabrik rongsokan di Desa Talang Nangka membawa hasil yang signifikan dalam pelatihan penetapan harga yang mendalam meningkatkan pemahaman pelaku usaha tentang harga kompetitif dan penetapan harga jual yang lebih kompetitif dengan memanfaatkan harga pasar dan analisis biaya produksi.

Pendampingan dalam penggunaan media sosial juga menghasilkan hasil yang menguntungkan dan pelaku usaha lebih mahir dalam membangun dan

mengawasi akun media sosial. Promosi media sosial juga telah meningkatkan jangkauan pasar, menarik pelanggan baru, dan meningkatkan kesadaran merek.

Telah terbukti bahwa strategi pemasaran digital yang terintegrasi berhasil dengan menggunakan data analik dan membuat materi promosi yang menarik. Implementasi strategi ini telah menghasilkan peningkatan daya saing harga, peningkatan pemanfaatan media sosial, dan peningkatan strategi pemasaran digital untuk UMKM pabrik rongsokan Desa Talang Nangka.



Gambar 3. Foto Bersama dengan pelaku usaha rongsokan

Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan yang signifikan dalam penjualan dan keterlibatan di media sosial, yang menandakan bahwa strategi yang diterapkan berhasil mencapai tujuan dan mendukung UMKM pabrik rongsokan. Secara keseluruhan penerapan strategi ini telah meningkatkan daya saing harga, meningkatkan pemanfaatan sosial media, dan memperkuat strategi pemasaran digital untuk UMKM pabrik rongsokan di Desa Talang Nangka.

SIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat yang melibatkan mahasiswa KKN-T di Desa Talang Nangka berhasil mencapai tujuan utamanya, yaitu meningkatkan pemahaman pelaku usaha tentang harga kompetitif, meningkatnya jangkauan pasar dan menarik pelanggan baru dengan promosi media sosial, meningkatnya kesadaran merek dan memperluas pangsa pasar ke wilayah yang sebelumnya tidak terjangkau, dan yang terakhir meningkatnya hasil penjualan dan keterlibatan di media sosial.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kami sampaikan kepada Universitas Indo Global Mandiri Palembang, khususnya kepada dosen pembimbing, yaitu ibu Roswaty, S.E., M.Si., ibu Lili Syafitri, S.E., M.Si. Ak., ibu Andini Utari Putri, S.E., M.Si. Ak., dan Bapak Yogie Ardiwinata, S.T., M.P.W.K, yang telah membimbing kami selama kegiatan KKN. Kami juga menghargai kesempatan yang diberikan untuk melaksanakan Kuliah Kerja Nyata Tematik (KKNT) pada tahun 2024. Selain itu, tim penulis mengucapkan terima kasih atas dukungan, semangat, dan antusias dari Kepala Desa Talang Nangka, perangkat desa, serta Masyarakat Desa Talang Nangka yang telah menerima dan mendukung pelaksanaan program kerja KKN-T ini.

DAFTAR PUSTAKA

Huma, S. (2021). Pengaruh Harga Barang Rongsokan Terhadap Keputusan Penjualan.

Lahirya, Z. (2019). Verifikasi Jual Beli Barang Rongsokan ditinjau terhadap Legalitas Ma'qūd 'alaih (Studi Kasus Penampungan Barang Rongsokan di Kec. Kutabaro). <https://repository.ar-raniry.ac.id/id/eprint/2224/1/GABUNGAN.pdf>

Nurul Pramatha, & Indah Susantun. (2023). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan pengusaha distributor rongsokan di Kecamatan Panguragan. *Jurnal Kebijakan Ekonomi Dan Keuangan*, 1(2), 226–232. <https://doi.org/10.20885/jkeek.vol1.iss2.art10>

Nuzula, D. E. F. (2018). Dampak Sampah Rongsokan Plastik Terhadap Lingkungan. *Swara Bhumi*, 01, 153–162.

Rosida, M. (2019). Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Jual Beli Barang Rongsokan Secara Borongan di Desa Rarang Kecamatan Terara Kabupaten Lombok. 1–19.

Sobirin. (2020). Jaringan Sosial Antar Pelaku Usaha Rongsokan Plastik di Desa Kejagan, Kecamatan Trowulan, Kabupaten Mojokerto. 1