



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

Jl. Raya Bogor Km. 23 No. 99 Flyover Pasar Rebo, Jakarta Timur 13750 Telp. (021) 22879489, Telp/Fax. (021) 87796977  
Website : <http://www.uhamka.ac.id>, Email : [feb.uhamka@yahoo.com](mailto:feb.uhamka@yahoo.com)

**SURAT TUGAS**

**Nomor : 0647 /C.01.03/2025**

Pimpinan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA  
memberi tugas kepada :

Nama	:	<b>Eti Rochaeti, SE., MM.</b>
Tugas	:	Sebagai Narasumber Pelatihan Pemasaran Melalui Sosial Media UKM Kelurahan Tengah Kecamatan Kramat Jati Jakarta Timur
Waktu	:	Sabtu, 26 April 2025
Tempat	:	Aula Kelurahan Tengah Kecamatan Kramat Jati Jakarta Timur

Demikian surat tugas ini diberikan untuk dilaksanakan dengan sebaik-baiknya sebagai amanah dan ibadah kepada Allah Subhanahu Wata'ala.

Jakarta, 11 Rabiul Akhir 1446 H

20 April 2025 M

Dekan,



**Prof. Dr. Zulpahmi. M.Si**

**Tembusan :**

- Yth. 1. Dekan  
2. Wakil Dekan I;  
3. Para Ketua Program Studi;  
4. Kepala Sub Bagian  
KeuanganFEB-UHAMKA

# **PENTINGNYA PEMASARAN UMKM MELALUI SOSIAL MEDIA**

**Oleh : ETI ROCHAETI,. SE.MM**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UHAMKA**

**APRIL 2025**

# PENTINGNYA PEMASARAN SOSIAL MEDIA BAGI BISNIS UMKM

Pemasaran media sosial penting bagi wirausahawan yang ingin melibatkan dan memperluas jangkauan audiens. Pemasaran ini menawarkan cara yang hemat biaya untuk menciptakan koneksi yang bermakna, meningkatkan kesadaran merek, dan mencapai hasil terukur yang mendorong kesuksesan bisnis. Pemasaran media sosial adalah salah satu alat paling berharga yang dapat digunakan wirausahawan untuk mengembangkan bisnis mereka



# TINGKAT PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL



Sumber: Stancombe Research and Planning, Deloitte Access Economics

# Pemasaran Melalui Media Sosial

"Pemasaran media sosial hanyalah salah satu aspek pemasaran digital, yang berfokus pada platform sosial." Penggunaan media sosial tumbuh setiap tahun, lebih dari 5,17 miliar orang di seluruh dunia menggunakan media sosial. Rata-rata, setiap pengguna mengakses 6,7 platform berbeda setiap bulan. Keterlibatan yang terus meningkat ini menyoroti peran penting media sosial dalam cara orang berkomunikasi dan terhubung. Oleh karena itu, memiliki kehadiran yang kuat di media sosial bukan lagi pilihan melainkan sebuah keharusan terutama dalam aktivitas bisnis

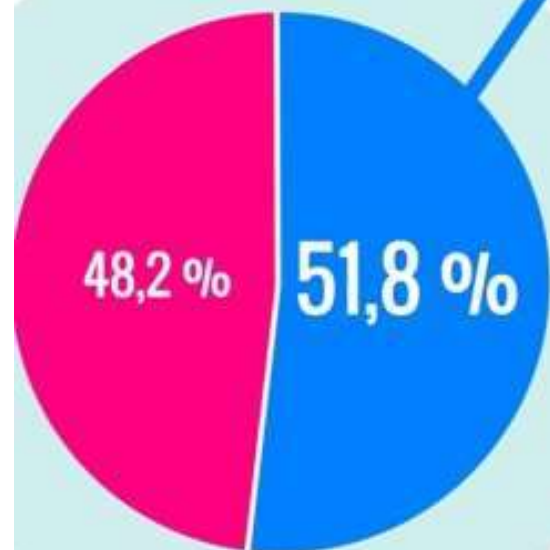
## STATISTIK PENGGUNA INTERNET INDONESIA



# 132,7 JUTA

DARI TOTAL POPULASI  
PENDUDUK INDONESIA 256,2 JUTA ORANG

PENETRASI



47,5 %  52,5 % 

65 %   
DI PULAU JAWA  
86,3 JUTA ORANG



15,7 %



SUMATERA

20.752.185

65 %



JAWA

86.339.350

4,7 %



BALI & NUSA

6.148.796

5,8 %



KALIMANTAN

7.685.992

6,3 %



SULAWESI

8.454.592

2,5 %



MALUKU & PAPUA

3.330.596



## 7 Kunci Utama Pentingnya Media Sosial dalam Bisnis UMKM

Pemasaran media sosial penting bagi bisnis UMKM modern, menawarkan jangkauan audiens yang tak tertandingi, strategi hemat biaya, dan keterlibatan pelanggan secara real-time. Pemasaran ini memungkinkan merek untuk terhubung dengan target audiens yang tepat, mengukur kinerja melalui analitik, dan meningkatkan kesadaran merek, sekaligus mendorong lalu lintas situs web dan meningkatkan kecepatan pencarian platform bisnis. Manfaat-manfaat ini menjadikan media sosial sebagai alat yang sangat diperlukan untuk membangun kepercayaan, visibilitas, dan hubungan jangka panjang dengan pelanggan di lanskap digital saat ini.

# 1. JANGKAUAN AUDIENS

Jangkauan audiens merupakan aspek vital dari pemasaran modern, terutama karena sebagian besar platform media sosial menyediakan akses tak tertandingi kepada pengguna global. Jangkauan yang luas ini memungkinkan bisnis untuk terhubung dengan beragam calon pelanggan, melayani berbagai demografi dan minat. Misalnya, LinkedIn berfokus pada para profesional, sementara TikTok menarik bagi audiens yang lebih muda dan menyukai hiburan. Jangkauan yang luas ini berarti bisnis dapat memperluas visibilitas mereka jauh melampaui apa yang ditawarkan saluran pemasaran tradisional. Baik Anda menargetkan ceruk pasar atau basis pelanggan yang luas, media sosial memungkinkan Anda untuk bertemu orang-orang di mana pun mereka berada. Dengan memanfaatkan strategi pemasaran influencer atau pemasaran konten yang efektif, Anda dapat melibatkan audiens mereka dengan cara yang lebih bermakna, memastikan pesan mereka beresonansi dan mendorong interaksi pelanggan.





## 2. Strategi Pemasaran Hemat Biaya

Pemasaran media sosial sangat hemat biaya dibandingkan dengan metode tradisional. Pemasaran ini menawarkan biaya per tayangan yang jauh lebih rendah. Membuat dan membagikan konten organik gratis, dan bahkan opsi iklan berbayar terjangkau. Pemasaran media sosial yang efektif sering kali mencakup konten buatan pengguna, yang dapat meningkatkan keterlibatan dan keaslian. Hanya dengan beberapa dolar per hari, maka dapat menjangkau ribuan calon pelanggan. Usaha kecil, khususnya, diuntungkan dari keterjangkauan ini. Iklan yang ditempatkan dengan baik atau postingan yang menarik dapat menghasilkan ROI yang signifikan, sehingga pemasaran media sosial dapat diakses oleh perusahaan dengan anggaran terbatas

### 3. Keterlibatan Pelanggan Secara Langsung

Media sosial menciptakan ruang untuk percakapan langsung antara merek dengan pelanggan. Perusahaan dapat langsung menanggapi pertanyaan, mengumpulkan umpan balik pelanggan, dan mengatasi masalah di lingkungan publik atau privat. Interaksi langsung ini membangun kepercayaan dan menunjukkan kepada pelanggan bahwa suara mereka didengar, membantu menumbuhkan loyalitas pelanggan. Selain itu, keterlibatan langsung untuk memanusiakan merek dalam pemasaran online. Pengguna media sosial menghargai kesempatan untuk terhubung dengan merek secara personal, yang dapat menghasilkan loyalitas merek yang lebih kuat dalam hubungan jangka panjang.



## 4. Audiens Sasaran yang Tepat

Audiens sasaran adalah salah satu fitur terkuat media sosial. Platform menggunakan alat canggih untuk membantu bisnis menjangkau kelompok orang tertentu berdasarkan faktor-faktor seperti usia, lokasi, minat, dan perilaku di berbagai saluran media sosial. Ketepatan ini memastikan bahwa upaya pemasaran menjangkau orang yang tepat pada waktu yang tepat. Misalnya, toko pakaian online dapat menargetkan dewasa muda yang tertarik dengan mode, sementara toko roti lokal dapat beriklan kepada pengguna di area sekitarnya. Kemampuan untuk menyesuaikan audiens untuk memastikan bahwa sumber daya digunakan secara efisien, memaksimalkan dampak kampanye



## 5. Kinerja Pemasaran yang Terukur

Kinerja pemasaran telah berkembang pesat seiring dengan munculnya platform media sosial, memberikan bisnis kemampuan untuk mengukur efektivitas mereka melalui analitik yang terperinci. Tidak seperti periklanan tradisional, yang hasilnya sulit diukur, platform ini memungkinkan pemasar untuk melacak metrik seperti interaksi, klik, konversi, dan jangkauan secara real-time. Pendekatan berbasis data ini memungkinkan UMKM untuk mengukur keberhasilan dan menyesuaikan strategi dengan cepat. Misalnya, jika sebuah postingan tidak berkinerja baik, mudah untuk mengubah konten sasaran untuk meningkatkan hasil. Umpan balik yang konstan ini memastikan kampanye tetap efektif dan relevan.



## 6. Peningkatan Kesadaran Merek

Visibilitas dan kredibilitas merek merupakan komponen penting dari strategi pemasaran yang sukses. Membangun kehadiran media sosial yang konsisten adalah kunci untuk meningkatkan keduanya. Dengan secara teratur memposting konten yang berharga, maka tidak hanya menjaga merek tetap terlihat tetapi juga membangun identitas yang relevan dan beresonansi dengan audiens. Membagikan kisah di balik layar, testimoni pelanggan, atau konten edukatif berkontribusi untuk membuat merek lebih berkesan. Semakin familarnya audiens dengan merek maka akan menumbuhkan kepercayaan dan memperkuat kredibilitas. Seiring waktu, kepercayaan ini mendorong pelanggan untuk memilih bisnis saat mereka siap melakukan pembelian, memastikan merek tetap menjadi yang teratas dalam ingatan mereka.

## 7. Peningkatan Trafik Situs Web

Media sosial merupakan pendorong trafik situs web yang kuat. Dengan menyertakan tautan di postingan, cerita, atau profil , dapat mengarahkan pengikut ke situs web, blog, atau halaman arahan . Peningkatan aktivitas ini meningkatkan visibilitas di hasil mesin pencari, sehingga meningkatkan kinerja secara keseluruhan. Semakin banyak pengguna berinteraksi dengan konten dan mengunjungi situs, semakin kuat kehadiran online . Media sosial bertindak sebagai gerbang, membawa calon pelanggan selangkah lebih dekat ke konversi

**TERIMA KASIH**