

Analisis Penggunaan Media Sosial untuk Peningkatan UMKM di Kawasan Cadas Pangeran Sumedang

Ajeng Nisa Kusuma^a, Dede Ruhayat^b, Sania Yulianti^c, Alfina Damayanti^d, Puteri Firdaus^e, Iif Sofiyatun Nafisah^f

^{a,b,c,d,e,f} Prodi Administrasi Bisnis, Universitas Sangga Buana YPKP Bandung

^akamalmubarak10@gmail.com

Abstrak

Saat ini banyak sekali orang lebih sering menggunakan media sosial sebagai pusat informasi dibanding dengan media lainnya. Untuk memanfaatkan hal tersebut, kami secara khusus menggagas penggunaan media sosial untuk membantu masyarakat khususnya di kawasan Cadas Pangeran Sumedang, Bagi para pelaku UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) dalam memasarkan produk mereka dengan cara mengoptimalkan penggunaan teknologi. Kami ingin membantu masyarakat kawasan Cadas Pangeran dalam meningkatkan penguasaan teknologi informasi dan bisnis berbasis media sosial sebagai alat untuk mengenalkan dan memasarkan produk UMKM. Pembangunan jalan tol merupakan salah satu upaya pemerintah untuk meningkatkan konektivitas dan mobilitas antar wilayah. Namun, pembangunan jalan tol juga dapat memberikan dampak positif dan negatif bagi masyarakat sekitar, khususnya pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pembangunan jalan tol terhadap dinamika bisnis UMKM di kawasan Cadas Pangeran Sumedang dengan menggunakan metode kualitatif deskriptif. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi, dan studi dokumen terhadap 10 pelaku UMKM yang berada di sepanjang jalan Cadas Pangeran. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pembangunan jalan tol berpengaruh terhadap aspek-aspek seperti omset, strategi dan pemasaran, inovasi produk, kemitraan, dan kesejahteraan pelaku UMKM. Secara umum, dampak pembangunan jalan tol lebih banyak bersifat negatif daripada positif bagi pelaku UMKM di kawasan Cadas Pangeran.

Kata kunci : Sosial media, UMKM, Cadas Pangeran.

Abstract

Nowadays, a lot of people use social media more often as information centres than other media. To take advantage of this, we specifically advocate the use of social media to help people in particular in the area of Cadas Prince Sumedang, for UMKM perpetrators in marketing their products by optimizing use of technology. We want to help the community of the Cadas Prince region in improving the mastery of information technology and social media-based business as a tool to introduce and market UMKM products. The construction of toll roads is one of the government's efforts to improve interregional connectivity and mobility. However, the construction of toll roads can also have a positive and negative impact on the surrounding communities, especially micro, small and medium-sized enterprises. (UMKM). The study aims to analyze the impact of toll road construction on UMKM business dynamics in the Prince Sumedang Cadas area using qualitative descriptive methods. The data was collected through in-depth interviews, observations, and document studies of 10 UMKM perpetrators along the Prince's Cadas road. The results of the research show that the construction of toll roads has an impact on aspects such as turnover, marketing strategy, product innovation, partnerships, and well-being of UMKM stakeholders. In general, the impact of toll road construction is more negative than positive for UMKM in the area of Cadas Prince.

Keywords : Social media; UMKM; Cadas Pangeran.

PENDAHULUAN

Di era modern, penggunaan media sosial telah menjadi komponen penting dalam penyebaran informasi karena perkembangan komunikasi dan teknologi yang semakin kuat dan canggih. Media sosial memiliki banyak manfaat. Salah satunya yaitu memiliki kemampuan guna bisa memajukan suatu bisnis di era sekarang. Media social ternyata bisa

digunakan untuk bisnis. Hal ini juga bisa membantu untuk melakukan suatu pemasaran, baik itu barang dan juga jasa yang nantinya akan berhubungan dengan customer ataupun pemasok, memperbarui merk, mengurangi biaya, dan meningkatkan penjualan online. Dengan hadirnya Instagram pada tahun 2010, media sosial menjadi alat jaringan sosial

yang dapat digunakan untuk mengembangkan bisnis online dan membagikan kegiatan pengguna. (Nurdin, 2020.)

Media sosial juga dapat berguna untuk bisnis dalam tujuh cara, yaitu untuk mengidentifikasi pelanggan, berkomunikasi dengan orang lain, membagikan informasi untuk mengetahui barang yang disukai pelanggan, kehadiran pelanggan, hubungan antar pelanggan yang didasarkan pada lokasi dan interaksi, reputasi perusahaan di mata pelanggan, dan membentuk kelompok pelanggan (Rahayu, 2018). Selain itu, distribusi yang didukung oleh teknologi memiliki kemampuan untuk meningkatkan jumlah produk yang tersedia bagi pelanggan (Mulyadi, 2016). Dengan demikian, Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM), yang merupakan sektor yang memiliki potensi ekonomi yang besar bagi Indonesia, seharusnya juga menjadi fokus penggunaan teknologi (Kementerian Koperasi dan UKM, 2020).

Jalan sebagai salah satu prasarana transportasi merupakan unsur penting dalam mendukung Jalan tol merupakan salah satu infrastruktur transportasi yang dibangun oleh pemerintah untuk meningkatkan konektivitas dan mobilitas antara wilayah (Ahmad, 2022). Jalan tol diharapkan dapat mempercepat arus barang dan jasa, menurunkan biaya logistik, dan mendorong pertumbuhan ekonomi. Namun, pembangunan jalan tol juga memiliki dampak sosial dan lingkungan yang perlu dipertimbangkan, terutama bagi masyarakat sekitar yang terkena dampak langsung atau tidak langsung dari pembangunan tersebut.

Salah satu kelompok masyarakat yang berpotensi terdampak oleh pembangunan jalan tol adalah pelaku Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) adalah salah satu bidang ekonomi yang memainkan peran yang signifikan dalam perekonomian nasional, baik dalam hal kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB), penyerapan tenaga kerja, maupun distribusi pendapatan (Nailah, 2018). UMKM juga memiliki karakteristik yang fleksibel, adaptif, dan inovatif dalam menghadapi perubahan lingkungan bisnis (Aksoy, 2017). Pembangunan infrastruktur seperti jalan tol seringkali membawa perubahan yang signifikan dalam lanskap ekonomi suatu daerah (Utami et al., 2022). Di Kawasan Cadas Pangeran Sumedang, proyek pembangunan jalan tol menjadi sebuah inisiatif besar yang diharapkan dapat meningkatkan konektivitas dan mobilitas. Namun, di sisi lain, perubahan lingkungan ini seringkali membawa dampak yang beragam, terutama pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang beroperasi di sekitar area proyek (Sulistyo & Siyamtinah, 2016)

Penelitian ini bertujuan untuk melakukan analisis mendalam terhadap pengaruh yang dibawa oleh proyek pembangunan jalan tol terhadap dinamika bisnis UMKM di kawasan sekitar. Dengan memfokuskan perhatian pada dampak yang ditimbulkan, penelitian ini akan menjelajahi berbagai aspek penting yang terkait dengan adaptasi, tantangan, dan peluang yang dihadapi oleh UMKM dalam mengelola perubahan lingkungan bisnis mereka.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk menguraikan dampak dari pembangunan jalan tol

terhadap aktivitas bisnis UMKM di wilayah Cadas Pangeran Sumedang. Fokus penelitian ini adalah untuk memperoleh pemahaman mendalam tentang cara UMKM menyesuaikan diri dengan perubahan lingkungan bisnis yang timbul akibat proyek pembangunan jalan tol.

Penggabungan adanya gabungan antara desk analisis observasi yang dilakukan langsung ke lapangan guna bisa melengkapi hasil penelitian yang utuh. Dilakukannya desk analisis ini bertujuan untuk melakukan suatu penelitian berdasarkan dari dokumentasi dan literatur yang dikaitkan dengan obyek penelitian peneliti yaitu UMKM. Media sosial dari berbagai sumber seperti internet dan buku dan juga teks dan nanti dikaitkan dengan pemasaran digital (Sugiyono, 2017).

Observasi langsung hal ini dilakukan untuk bisa mendapatkan sebuah data dan juga informasi di lapangan. Hal ini nantinya akan menuju kepada pelaku UMKM khususnya yang berada di kawasan Cadas Pangeran yang dimana mereka adalah selaku pelaku UMKM yang berada di Cadas Pangeran akan menjadi responden pada penelitian ini.

Pada intinya penelitian ini terdapat pada tiga spek tahapan. Hal yang pertama yaitu melakukan desain penelitian dengan cara membuat suatu instrumen pengumpulan data. Dengan adanya draft pertanyaan untuk para informan dan menentukan UMKM sebagai sampel. Sehingga tujuan dari draft pertanyaan ini adalah untuk mengumpulkan sebuah informasi tentang bagaimana UMKM menggunakan media sosial untuk mempromosikan diri mereka sendiri. Populasi penelitian ini adalah pelaku UMKM. kawasan Cadas Pangeran. Sampel penelitian ini adalah salah satu Informasi yang memenuhi syarat untuk menjadi responden penelitian dipilih melalui teknik purposive sampling. sebagai sumber data studi. Tahap kedua adalah pengumpulan data. Pelaku UMKM disurvei dan wawancara secara menyeluruh untuk mengumpulkan data penelitian Tahap terakhir adalah pengolahan, analisis, dan penarikan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil dari narasumber yang dimana penelitian sebanyak UMK satu orang oleh-oleh di Sumedang. Berikut profil narasumber; UMK “Oleh-Oleh” merupakan usaha kuliner khas daerah khususnya daerah sumedang yang di sajikan dengan kemasan khas nya berikut gambar produk oleh-oleh Sumedang.



Gambar 1.
Pelaku UMKM
Sumber: Peneliti 2023

Berdiri sejak tahun 2015, berlokasi di Jl.Cadas Pangeran Sumedang usaha ini yaitu dengan menyewa kios yang belum permanen dalam menjalankan usaha tersebut usaha oleh-oleh

ini hanya di kerjakan oleh satu orang,serta usaha oleh oleh Ini menargetkan konsumen dari semua usia dan kelas sosial. Penelitian ini memiliki cakupan yaitu analisis strategi dari internal maupun eksternal. Nantinya juga dilanjutkan melalui implementasi dan juga evaluasi dari subjek penelitian yaitu seperti produk lalu adanya produksi dan juga aspek keuangan yang dimana hal ini berkaitan dengan sebuah modal dan juga harga maupun juga promosi pemasaran, ketika terjadi pembangunan jln tol di daerah sumedang. Berikut pembahasan hasil wawancara dan observasi yang didapatkan:

1. Produksi dan Produk

Dianalisis melalui internal dari sebuah segi produk kuliner yang ditawarkan dari UMK. Bahwasanya produk siap saji yang kering sehingga memiliki daya tahan yang cukup lama dengan menggunakan sebuah *supplier* untuk pengisian produk dari para pembuat rumahan oleh-oleh tersebut. Lalu dilakukannya juga analisa secara eksternal dari segi produk oleh oleh UMK ternyata terdapat jenis produk kuliner yang secara umum dan juga populer, khususnya yang berada di wilayah Sumedang dan produk ini juga bisa dikonsumsi di waktu kapan saja dan umumnya disukai pada semua kalangan. Akan tetapi terdapat sebuah kendala dalam kebijakan pembatasan adanya suatu pergerakan masyarakat pada saat buka nya jalan tol baru daerah sumedang terdapat penurunan permintaan maka beberapa UMK menurunkan jumlah produksi per hari. Terkait dengan strategi pelaku UMKM oleh oleh menyatakan selama adanya jalan tol untuk daerah Sumedang ternyata tidak adanya suatu perubahan baik itu dari inovasi maupun juga dari variasi produk produk yang mereka telah ciptakan yang dimana ternyata mereka masih memproduksi varian produk yang sama saat sebelum adanya jalan tol. Jadi hal ini tidak terlalu mempengaruhi apa yang sedang mereka jual dari produk oleh-oleh.

Pelaku UMK mengatakan bahwa mereka lebih fokus pada peningkatan kebersihan dan pengemasan produk dalam hal kebersihan dan keamanan produk. Serta mengkonfirmasi bahwa standar kualitas produk kuliner mereka terus dipertahankan, melalui penggunaan sarung tangan plastik dan masker. Setiap kali produksi, penggunaan kantong plastik pembungkus food grade dan tahan panas, dan selalu menempatkan segel aman di setiap bungkus. Berikut gambar pengemasan produk:



Gambar 2.
Produk UMKM
Sumber: Peneliti 2023

2. Aspek Keuangan (modal dan harga)

Analisa internal terkait aspek keuangan, dari pelaku UMK menyatakan tidak ada perubahan mendasar selama adanya jalan tol. Modal operasional usaha berasal dari simpanan (tabungan) milik pribadi pemilik usaha. Sehingga tidak terlalu berpengaruh dengan adanya pembangunan jalan tol. Terkait harga produk kuliner yang ditawarkan UMK, narasumber UMK menyatakan tidak menaikkan atau menurunkan harga selama pengalihan jalan.

Alasan yang diberikan terkait analisa eksternal antara lain memikirkan kondisi ekonomi masyarakat secara umum yang saat ini tidak menentu, sedangkan konsumen utama mereka adalah masyarakat kalangan ekonomi menengah kebawah. (Purnama dkk, 2019).

Berdasarkan hasil penelitian, penulis menemukan bahwa pembangunan jalan tol Cisumdawu berpengaruh terhadap aspek-aspek bisnis UMKM di kawasan Cadas Pangeran. Berikut adalah temuan yang diperoleh dari penelitian ini:

1. Adaptasi UMKM

Adaptasi UMKM terhadap pembangunan jalan tol di Cadas Pangeran Sumedang melibatkan transformasi strategi, perubahan model bisnis, serta inovasi dalam menghadapi perubahan signifikan dalam infrastruktur dan perilaku konsumen. Analisis ini menyoroti bagaimana UMKM melakukan penyesuaian terhadap perubahan lingkungan bisnis agar tetap kompetitif dan berkelanjutan.

Dalam studi kasus ini, UMKM "Oleh-Oleh Sumedang" banyak para pelaku UMKM yang harus beradaptasi dengan adanya tol baru di daerah Sumedang.

2. Tantangan yang Dihadapi oleh UMKM Penelitian mengidentifikasi berbagai tantangan yang dihadapi UMKM sehubungan dengan pembangunan jalan tol, seperti penurunan aksesibilitas, perubahan perilaku konsumen, masalah infrastruktur, atau kendala dalam penyesuaian terhadap perubahan lingkungan bisnis. Analisis mendalam terhadap tantangan ini memberikan wawasan tentang hambatan-hambatan yang mungkin mempengaruhi kelangsungan bisnis UMKM. Khususnya pada UMKM "Oleh-Oleh Sumedang" tantangan yang di hadapi karena adanya tol yaitu omset para pelaku UMKM "Omset saya turun sekitar 50% sejak ada pembangunan jalan tol. Dulu saya bisa jualan 100 kg ubi cilembu dalam satu hari, sekarang paling 50 kg. Padahal harga ubi juga naik terus."
3. Pada kenyataan di lapangan bahwasannya tidak semua para pelaku UMKM yang menjadi responden mudah atau bisa menggunakan media sosial sebagai alat pemasaran pada saat ini. Hal yang mereka masih hadapi di sini adalah ternyata Adanya suatu kendala serta kesulitan. Ketika mereka di sini hendak.Melakukan penggunaan media sosial.Hal ini

didapatkan berdasarkan dari hasil wawancara dan juga. Suatu diskusi dengan informan ataupun responden baik itu secara umum kesulitan yang dihadapi dan juga hambatan yang ditemui oleh para pelaku UMK dan hal ini bisa dijaga dua faktor, yaitu karena adanya faktor internal dan juga eksternal.

Yaitu terkait dengan ketidakmampuan untuk memahami dan menguasai media sosial seperti *platform digital* dan juga teknologi. Responden mengatakan mereka tidak mempunyai sebuah kapabilitas untuk mengelola suatu media sosial yang berkaitan dengan bisnis. Misalnya untuk membuat konten yang menarik untuk dibagikan di media sosial mereka. Banyak sekali responden UMKM yang masih tidak meng-*install* suatu aplikasi, mengunggah foto dan video, dan memotret produk dengan cara yang menarik. Kesusahan ini ditambah dengan kurangnya pengetahuan digital dan keuangan, serta hambatan dari luar yang disebabkan oleh akses yang tidak merata ke infrastruktur internet, yang menghambat promosi. Faktor lain yang membuat pelaku UMKM enggan menggunakan media sosial adalah keterampilan teknologi (*gaptek*), serta kekhawatiran tentang kebocoran data pribadi atau keamanan akun mereka.

4. Peluang yang Muncul bagi UMKM

Pembangunan jalan tol juga membawa potensi peluang baru bagi UMKM, termasuk akses ke pasar yang lebih luas, kemungkinan kemitraan baru, atau peluang untuk pengembangan usaha. Analisis terhadap peluang ini memberikan gambaran tentang potensi pertumbuhan atau ekspansi yang bisa dimanfaatkan oleh UMKM dalam konteks perubahan lingkungan bisnis yang terjadi.

KESIMPULAN

Pembangunan jalan tol merupakan tujuan utama pemerintah bertujuan untuk meningkatkan konektivitas serta mobilitas di lingkungan masyarakat terutama untuk UMKM. Dengan adanya penelitian ini yaitu untuk menganalisis pengaruh pembangunan jalan tol terhadap bisnis UMKM di daerah Cadas Pangeran. Adanya pembangunan jalan tol ini justru memberi dampak negative bagi para pebisnis UMKM karena mempengaruhi pada inovasi produk, omset serta strategi pemasaran. Hal tersebut membuktikan bahwasanya pembangunan tol Cisumdawu sangat mempengaruhi aspek bisnis di wilayah tersebut mengingat bahwa UMKM juga perlu beradaptasi dengan hal tersebut.

UMKM itu sendiri ternyata masih memiliki beberapa tantangan dan juga hambatan. Bagi sang pelaku UMKM, hal ini berkaitan dengan media sosial yang masih ditemukan adanya suatu faktor internal. Hal ini seperti ada kaitannya dengan sumber daya manusia yang ternyata masih rendah dalam mengelola suatu pemasaran yang berada di media sosial. Terkait tentang faktor eksternal yaitu infrastruktur akses internet yang ternyata belum bisa secara optimal digunakan karena internet yang masih belum merata dengan keadaan seperti ini Kabupaten Bandung khususnya dalam

UMKM-nya berbagai upaya telah sudah dilakukan guna bisa memberdayakan UMKM. Hal itu dilakukannya dalam bidang pemasaran digital melalui berbagai program pelatihan dan juga pendampingan digitalisasi oleh pihak Dinas Koperasi dan UMKM, baik itu dari lembaga masyarakat, Universitas maupun pihak swasta. Hal ini guna bisa meningkatkan suatu kemampuan sumber daya manusia UMKM khususnya pada bidang pemasaran digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, F. salam. (2022). Dampak Pembangunan Jalan Tol Trans Jawa terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Jawa Tengah. *JURNAL EKONOMI DAN KEBIJAKAN PEMBANGUNAN*, 11(1), 1–18. <https://doi.org/10.29244/jekp.11.1.2022.1-18>
- Aksoy, H. (2017). How do innovation culture, marketing innovation and product innovation affect the market performance of small and medium-sized enterprises (SMEs)? *Technology in Society*, 51, 133–141. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2017.08.005>
- Kementerian Koperasi dan UKM. (2020 June 29). *Rencana Strategis Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Tahun 2020-2024*. Retrieved from Kementerian Koperasi dan UKM: https://kemenkopukm.go.id/uploads/lapora n/1600168483_RENSTR A%202020-2024%20OK.pdf
- Mulyadi. (2016). *Ekonomi Sumber Daya Manusia dalam Perspektif Pembangunan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Nailah Rizkia. (2018). *Analisis Perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Sebelum dan Sesudah Memperoleh Pembiayaan Dari Bank UMKM Syariah*. Skripsi. Ekonomi Syariah. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah. Jakarta. Diakses melalui NAILAH RIZKIA-FEB.pdf (uinjkt.ac.id)
- Nurdin, A. (2020). *Pengaruh Pembangunan Jalan Tol Terhadap Kinerja Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Bogor*. Jurnal Ekonomi Pembangunan, 21(1), 1-16.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sulistyo, H., & Siyamtinah. (2016). Innovation capability of SMEs through entrepreneurship, marketing capability, relational capital and empowerment. *Asia Pacific Management Review*, 21(4), 196–203. <https://doi.org/10.1016/j.apmr.2016.02.002>
- Rahayu, S. (2018). *Strategi Pemasaran Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Era Digital*. Jurnal Ilmiah WIDYA, 6(2), 59-64.

Utami, A., 1*, S., & Sunrawali, A. N. (2022). Digital marketing dalam pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah. *Online) KINERJA: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 19(1), 170.
<https://doi.org/10.29264/jkin.v19i1.10207>