

Strategi Optimalisasi Media Sosial untuk Peningkatan Layanan J&T Cargo Wonocolo

Indria Prawitarahmi¹, Ravina Mauliapriliany NS², Aura Nasywa Raya³,
Tiara Nurafina Anjani⁴, Fauzi Rakaditya⁵, Hilmy Atthaya Setiawan⁶,
Khoulah Qorry Sumarsana⁷, Daffa Rasyid Almalik⁸
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga¹⁻⁸

*Email Korespondensi: auranasywa05@gmail.com

Sejarah Artikel:

Diterima 15-06-2025
Disetujui 16-06-2025
Diterbitkan 19-06-2025

ABSTRACT

In the midst of increasingly fierce competition in the logistics industry, digital marketing has become one of the key strategies for maintaining business presence and attracting customer interest. The J&T Cargo Wonocolo Branch, as part of a large-scale freight forwarding network, still faces challenges in the area of marketing. The limited use of social media as a promotional tool has resulted in low public awareness of their services, particularly within the surrounding community. Our group had the opportunity to provide direct assistance by identifying the core issues and offering relevant solutions. The proposed strategy involved reactivating the official Instagram account as the primary promotional platform and creating a Linktree page to integrate essential information such as contact details, customer reviews, and branch location. This approach is expected to enhance the digital visibility of J&T Cargo Wonocolo, expand its market reach, and strengthen customer engagement more effectively. This activity reflects the tangible role of youth in supporting the growth and digital adaptation of micro and small enterprises in response to technological developments and current market demands.

Keywords: Digital Marketing, Social Media, Instagram.

ABSTRAK

Di tengah persaingan bisnis logistik yang semakin ketat, pemasaran digital menjadi salah satu kunci penting untuk mempertahankan eksistensi dan menarik minat konsumen. J&T Cargo Cabang Wonocolo sebagai bagian dari jaringan layanan pengiriman barang skala besar, ternyata masih menghadapi kendala dalam hal pemasaran. Kurangnya pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi menyebabkan informasi layanan mereka kurang dikenal secara luas oleh masyarakat, khususnya di lingkungan sekitar. Kelompok kami berkesempatan melakukan pendampingan langsung untuk membantu mengidentifikasi sekaligus memberikan solusi atas permasalahan tersebut. Solusi yang ditawarkan berupa pengaktifan akun Instagram resmi sebagai media promosi utama serta pembuatan Linktree sebagai wadah integrasi berbagai informasi penting seperti kontak, ulasan pelanggan, dan lokasi cabang. Harapannya, strategi ini mampu meningkatkan visibilitas J&T Cargo Cabang Wonocolo di ranah digital, memperluas jangkauan pasar, serta memperkuat hubungan dengan konsumen secara lebih efektif. Kegiatan ini menjadi refleksi nyata peran generasi muda dalam mendukung pertumbuhan dan adaptasi UMKM terhadap perkembangan teknologi dan kebutuhan pasar saat ini.

Kata Kunci: Pemasaran Digital, Media Sosial, Instagram.

Bagaimana Cara Sitasi Artikel ini:

Indria Prawitarahmi, Ravina Mauliaprihany NS, Aura Nasywa Raya, Tiara Nurafina Anjani, Fauzi Rakaditya, Hilmy Atthaya Setiawan, Khoulah Qorry Sumarsana, & Daffa Rasyid Almalik. (2025). Strategi Optimalisasi Media Sosial untuk Peningkatan Layanan J&T Cargo Wonocolo. Jejak Digital: Jurnal Ilmiah Multidisiplin, 1(4), 1265-1269. <https://doi.org/10.63822/kd4etd47>

PENDAHULUAN

Sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan tulang punggung perekonomian nasional karena kontribusinya terhadap penciptaan lapangan kerja dan pemerataan pendapatan. Salah satu UMKM yang cukup potensial namun belum sepenuhnya optimal dalam perkembangannya adalah mitra J&T Cargo di Kecamatan Wonocolo, Surabaya. Usaha ini bergerak di bidang logistik dan distribusi barang dengan omzet sekitar Rp80 juta per bulan, sehingga secara klasifikasi termasuk dalam kategori usaha kecil menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008. Meskipun kegiatan operasionalnya telah berjalan dengan stabil, permasalahan utama yang masih dihadapi adalah keterbatasan dalam pemasaran digital.

Hal ini juga diperkuat oleh Aliyah et al. (2022) yang menjelaskan bahwa penguatan kapasitas UMKM tidak cukup hanya dari sisi produksi, tetapi juga dari kemampuan memasarkan produk atau layanan secara luas melalui strategi digital yang efektif. sehingga UMKM ini belum secara maksimal memanfaatkan media sosial atau platform digital sebagai sarana promosi dan perluasan pasar. Keterbatasan literasi digital dan belum adanya strategi pemasaran online yang terstruktur menyebabkan daya jangkauan usaha ini masih terbatas pada konsumen lokal dan pelanggan tetap. Oleh karena itu, dibutuhkan intervensi melalui pendampingan dan edukasi digital marketing agar usaha ini mampu meningkatkan daya saing, menjangkau pasar yang lebih luas, serta mendorong pertumbuhan usaha yang lebih berkelanjutan di era ekonomi digital.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif untuk menggambarkan secara mendalam kondisi operasional dan eksistensi J&T Express cabang Wonocolo, Surabaya. Pendekatan ini dipilih karena bertujuan memahami realitas sosial dan operasional yang terjadi di lapangan tanpa memanipulasi variabel. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui dua metode utama, yaitu observasi langsung terhadap aktivitas harian operasional cabang serta wawancara semi-terstruktur dengan beberapa karyawan dan kurir. Observasi digunakan untuk merekam dinamika pengiriman terutama saat periode promo bulanan, sedangkan wawancara bertujuan menggali pandangan internal mengenai sistem kerja, kendala pemasaran, dan strategi promosi. Metode ini mengacu pada panduan dari Moleong (2017) yang menyatakan bahwa pendekatan kualitatif bertujuan memahami fenomena secara menyeluruh dalam konteks alami, serta Sugiyono (2019) yang menekankan bahwa observasi dan wawancara merupakan teknik kualitatif yang efektif dalam memperoleh data mendalam dari narasumber.

Wawancara kami memadukan pertanyaan *open-ended question* dan juga *direct question*. Kami memakai *open-ended question* karena cara ini menciptakan ruang bagi responden untuk mengekspresikan ide secara lebih bebas (Aziz et al., 2025). Selain itu, *open-ended question* juga sangat cocok untuk menghasilkan data yang kaya untuk analisis kualitatif (Patton, 2015). Dengan *open-ended questions* kami dapat menggali informasi yang lebih dalam dan luas karena responden tidak dibatasi dengan pilihan jawaban tertentu sehingga mereka dapat menjelaskan masalah yang sedang mereka hadapi secara lengkap. Ketika responden menjawab dengan bebas, maka informasi yang disampaikan mendorong kejujuran dan keaslian respons.

Selain itu, meski *direct question* kerap kali dipandang sederhana, kenyataan di lapangan sangat membantu kami untuk beberapa pertanyaan yang menyatakan penegasan ulang agar. *Direct question* membantu kami saat wawancara untuk meminimalisir ambiguitas dalam jawaban karena jawabannya lebih

terfokus dan spesifik. Selain digunakan untuk penegasan ulang, *direct question* juga membantu kami dalam menggali informasi-informasi dasar agar lebih efisien dalam waktu.

Pertanyaan-pertanyaan yang kami sampaikan pada responden tentunya didukung dengan rumus 5W+1H. Rumus ini membantu untuk mengekstrak informasi semantik dalam pesan panjang dengan menyaring detail untuk menjawab semua pertanyaan 5W+1H yang tercantum (Chang, 2020). Dengan rumus 5W+1H kami dapat menyusun alur wawancara yang sistematis karena percakapan lebih terarah dan lebih mudah untuk dipahami.

HASIL DAN PEMBAHASAN

J&T Cargo Wonocolo, sebagai salah satu penyedia jasa pengiriman di wilayah Surabaya, menghadapi sejumlah tantangan signifikan dalam hal strategi pemasaran yang berdampak pada performa usaha. Permasalahan utama yang ditemukan adalah minimnya optimalisasi platform digital, khususnya media sosial, untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan interaksi dengan pelanggan. Akun Instagram J&T Cargo Wonocolo yang telah ada belum dikelola secara konsisten dan kurang menyajikan konten yang informatif dan edukatif bagi pengguna. Menurut Wahyu Muh. Syata (2025) dalam jurnal Peran Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam Mendorong Pertumbuhan Ekonomi, rendahnya literasi digital pada pelaku UMKM berkontribusi besar terhadap kurang optimalnya pemanfaatan teknologi informasi untuk kegiatan pemasaran. Hal ini menjadi salah satu hambatan utama bagi J&T Cargo Wonocolo dalam bersaing di era digital.

Selain itu, terdapat kekurangan dalam penyampaian informasi mengenai prosedur operasional pengiriman kepada pelanggan. Ketidakjelasan terkait tata cara pengemasan, mekanisme pelacakan, dan estimasi waktu pengiriman berpotensi menimbulkan ketidakpuasan konsumen. Tidak tersedianya kanal informasi yang terintegrasi, seperti laman FAQ atau linktree, menyebabkan pelanggan harus mencari informasi dari berbagai sumber yang tidak terorganisasi dengan baik, sehingga menurunkan efektivitas komunikasi dan pelayanan. David, Rahayu & Setyawan (2022) membahas "*logistics service quality*" mencatat bahwa informasi layanan yang tidak terstruktur dapat menurunkan tingkat kepuasan pelanggan secara signifikan.

Langkah strategis yang dapat diterapkan adalah melakukan pengelolaan media sosial secara aktif dan terstruktur dengan konten yang relevan dan edukatif. Pengelolaan akun Instagram diarahkan pada pengunggahan rutin materi yang meliputi pembuatan feeds yang edukatif, penjelasan prosedur pengiriman, serta update layanan dan promo terkini. Pembuatan *highlight* edukatif pada platform Instagram penting untuk memberikan pemahaman yang jelas kepada pelanggan mengenai proses pengemasan, pelacakan resi, dan kebijakan dalam pengiriman. Hal ini bertujuan agar pelanggan memperoleh akses informasi yang mudah dan transparan. Selanjutnya, membangun kanal informasi terpadu menggunakan Linktree sangat membantu dalam memuat tautan ke lokasi outlet, jam operasional, promo aktif, serta halaman FAQ yang lengkap. Kanal ini memudahkan pelanggan dalam mendapatkan informasi secara cepat dan terstruktur.

Terakhir, perlu dicantumkan secara jelas dan konsisten waktu operasional pengiriman, termasuk batas waktu pengiriman harian, seperti pukul 17.00 WIB, agar paket dapat diproses pada hari yang sama. Informasi ini wajib ditampilkan di highlights Instagram untuk mempermudah pelanggan dalam merencanakan pengiriman sesuai waktu yang tepat. Implementasi strategi pemasaran digital yang terencana ini diharapkan dapat meningkatkan kualitas pelayanan, memperluas jaringan pelanggan, serta

meningkatkan daya saing J&T Cargo Wonocolo dalam menghadapi perkembangan bisnis logistik di era digital.

KESIMPULAN

Dari hasil pengamatan dan pendampingan yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa J&T Cargo Cabang Wonocolo menghadapi tantangan dalam pengelolaan strategi pemasaran digital. Minimnya pemanfaatan media sosial menyebabkan informasi layanan tidak tersebar luas dan menghambat peningkatan jumlah pelanggan. Kurangnya saluran informasi yang terpadu juga menyulitkan konsumen dalam memahami prosedur layanan, seperti pengemasan, pelacakan, dan batas waktu pengiriman.

Untuk menjawab permasalahan tersebut, langkah-langkah perbaikan telah ditawarkan, di antaranya pengaktifan kembali akun Instagram sebagai media promosi utama, penyusunan konten edukatif seputar layanan, serta pengintegrasian berbagai tautan penting melalui Linktree. Selain meningkatkan aksesibilitas informasi, strategi ini juga dapat memperkuat citra profesional dan meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap layanan yang ditawarkan.

Dengan pengelolaan digital yang lebih terstruktur dan konsisten, J&T Cargo Wonocolo memiliki peluang besar untuk memperluas jangkauan pasarnya dan meningkatkan daya saing di industri logistik. Inisiatif ini juga mencerminkan peran aktif mahasiswa dalam mendorong digitalisasi UMKM agar mampu bertahan dan berkembang di tengah perubahan kebutuhan pasar dan kemajuan teknologi yang terus berkembang.

DAFTAR PUSTAKA

- Aziz, A. (2025). *Efektivitas Open-ended Problem Ditinjau dari Kemampuan Pemecahan Masalah Dan Berpikir Kreatif Matematis: Kajian Literatur*, 7(2), <https://jurnalfkip.unram.ac.id/index.php/MANDALIKA/article/view/7139/5330>
- Chang, K. C.-C. (2020). *5W1H Training Effectiveness for Information Extraction: Interpreting Summarized Chinese Indictments into English*, 13, 50. <https://ctr.naer.edu.tw/v13.1/ctr130104.pdf>
- Patton, M. Q. (2015). *Qualitative Research & Evaluation Methods: Integrating Theory and Practice*. SAGE Publications.
- Damiana. (2025, 01 08). *Ada Kabar Baik! Industri Logistik RI Diramal Tumbuh 12,53% Tahun 2025*. <https://www.cnbcindonesia.com/>.
- Kurniawan, A., Haryono, C. G., & Sarwoko, E. (2025). *Efektifitas Komunikasi Pemasaran Word of Mouth (WoM) terhadap Brand Awareness dan Minat Pembelian Produk*, 15, 18.
- Syata, W. M. (2025). *Peran Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam Mendorong Pertumbuhan Ekonomi*. *Jurnal Ekopedia: Jurnal Ilmiah Ekonomi*, 1(2), 75–86.
- David, H., Rahayu, S., & Setyawan, A. (2022). *Logistics Service Quality terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen Jasa Pengiriman Barang*. *Jurnal Logistik dan Bisnis*, 4(1), 23–35.