

Manajemen Pemasaran Usaha Melalui Digital Marketing Usaha Mikro Kecil Menengah

Arjuna Adi Perkasa¹, Diana Ayu Hastuti², Aulia Nurul Aisyah³

Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Hukum dan Bisnis, Universitas Duta Bnagsa
Surakarta

Jl. Ki Mangun Sarkoro N0.20 Nusukan Banjarsari Surakarta, Kode Pos 57135

HP 081271287126

E-mail: arjunaadi890@gmail.com

Abstrak

Usaha ini terus berkembang dan memanfaatkan media digital marketing secara online. Pemasaran digital adalah suatu kegiatan pemasaran atau promosi sebuah merk atau produk menggunakan media digital atau internet dengan tujuan untuk menarik konsumen atau calon konsumen secara cepat. Keberadaan UMKM diharapkan mampu memacu perekonomian ditengah perlambatan ekonomi yang terjadi saat ini. Tujuan usaha ini secara umum untuk pengurangan angka pengangguran dan berharap bisa berkembang kekuatan ekonomi.

Kata Kunci: digital marketing, usaha mikro, kecil dan menengah.

Abstract

This business continues to grow and take advantage of online digital marketing media. Digital marketing is a marketing or promotion activity of a brand or product using digital media or the internet with the aim of attracting consumers or potential customers quickly. The existence of UMKM is expected to spur the economy amid the current economic slowdown. The purpose of this effort is generally to reduce unemployment and hope to develop economic strength.

Keywords: digital marketing, micro, small and medium enterprises.

1. PENDAHULUAN

Digital marketing adalah kegiatan promosi dan pencarian pasar melalui media digital secara online dengan memanfaatkan berbagai sarana misalnya jejaring sosial. Dunia maya kini tak lagi hanya mampu menghubungkan orang dengan perangkat, namun juga orang dengan orang lain di seluruh penjuru dunia. Digital marketing yang biasanya terdiri dari pemasaran interaktif dan terpadu memudahkan interaksi antara produsen, perantara pasar, dan calon konsumen. Di satu sisi, digital marketing memudahkan pebisnis memantau dan menyediakan segala kebutuhan dan keinginan calon konsumen, di sisi lain calon konsumen juga bisa mencari dan mendapatkan informasi produk hanya dengan cara menjelajah dunia maya sehingga mempermudah proses pencariannya. Pembeli kini semakin mandiri dalam membuat keputusan pembelian berdasarkan hasil pencariannya. Digital marketing dapat menjangkau seluruh masyarakat di manapun mereka berada tanpa ada lagi batasan geografis ataupun waktu.

Platform yang sering digunakan dalam digital marketing adalah media sosial atau jejaring sosial. Jejaring sosial yang tersedia terkadang memiliki karakteristik yang berbeda. Ada yang sifatnya untuk pertemanan seperti Facebook, Path, Instagram, dan

Twitter, ada pula yang khusus untuk mencari dan membangun relasi seperti yang ditawarkan LinkedIn. Selain itu tersedia pula media yang lebih pribadi seperti electronic mail (e-mail) dan pesan teks. Search engine seperti Google dan Yahoo pun dapat diberdayakan. Selain itu pelaku usaha juga dapat memanfaatkan media blog ataupun situs pribadi.

Dalam suatu pemasaran banyak sekali berbagai bentuk dan macam macam aneka ragam makanan dari yang kecil hingga yang besar dan dari yang termurah hingga yang termahal. Dalam kebutuhan sehari-hari banyak sekali aktifitas yang dijalani dan juga pasti memiliki makanan yang sehat dan bermanfaat bagi tubuh. Makanan memang sudah banyak sekali yang menjual tetapi makanan ini begitu sangat sederhana dan baik untuk dikonsumsi ketika siang maupun malam hari untuk masyarakat kalangan menengah kebawah ataupun menengah ke atas. Makanan ini dibuat dengan cara pembuatan yang sederhana dengan lebih baik dan higienis, begitu juga harga terjangkau dan banyak pula masyarakat yang berminat untuk membelinya dengan rasa yang cukup enak, nikmat, dan lezat. Oleh karena

itu kami memilih jenis usaha yaitu "Risol 99" untuk dijual karena untuk mengingatkan masyarakat Indonesia agar tidak lupa makanan khas Indonesia, karena ini merupakan makanan untuk dikonsumsi. Dalam kehidupan sehari-hari, masyarakat Indonesia tidak lepas dengan makanan gorengan yang menjadi cemilan favorit yang dapat dinikmati sembari menonton, bersantai dan juga di tengah-tengah aktifitas yang padat. Hal ini dapat di lihat dengan banyaknya bisnis gorengan dari mulai jajanan pinggir jalan hingga cemilan pelengkap di kafe dengan jenis yang variatif.

Risol mayo merupakan industri rumahan yang dalam proses produksinya bisa dalam skala kecil. Risol mayo sendiri dalam pengembangan ke-khasan rasa dalam isinya berfungsi sebagai penambah selera dan penarik perhatian calon pembeli. Sebab itu, inovasi dan kreatifitas adalah acuan besar dalam menjalankan usaha rumahan ini sehingga bisa bersaing dalam pasar yang semakin kompetitif dan dapat dinikmati masyarakat luas. Produk tersebut juga tidak mengandung pengawet, dan bahan pewarna yang digunakan merupakan pewarna alami yang tidak berbahaya bagi kesehatan tubuh manusia.

2. METODOLOGI

Metode penelitian yang digunakan melalui penelitian deskriptif , dengan cara observasi dan survei dalam penelitian ini berisi gambaran mengenai lokasi dan kelayakan usaha yang ditinjau melalui beberapa aspek dengan penelitian deskriptif data yang disajikan akan lebih sederhana dan mudah dipahami. Pokok penelitian berfokus pada aspek pasar dan pemasaran, lokasi penjualan ,bahan baku, permintaan pasar, pesaing, modal usaha , proses produksi.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pentingnya Menggunakan Digital Marketing

Kami menggunakan digital marketing karna ingin berinovasi untuk memajukan usaha risol 99 yang dijalani, apalagi sekarang kecanggihan teknologi semakin maju maka dan jika tidak bisa menggunakan teknologi yang ada apa lagi dalam digital marketing maka peluang usaha kita akan menurun. Apalagi sudah banyak pelaku UMKM yang sudah mengembangkan usahanya dari digital marketing, maka

persentase persaingan yang bertambah akan membuat usaha kita banyak persaingan, salah satu yang bisa kita lakukan yaitu dengan menggunakan digital marketing dengan mahir, sehingga kita bisa sejajar dan mungkin bisa melampaui perkembangan usaha dari pesaing lain.

Dalam hal ini didasari oleh keinginan kami untuk semakin mengembangkan usaha risol 99 ini, dimana digital marketing sekarang ini sudah semakin mudah dalam mengakses internet, sehingga kami semakin mudah untuk mempromosikan usaha risol 99 ini. Selain mempromosikan usaha, kami juga menikmati kemudahan dalam bertransaksi dengan konsumen tanpa saling bertemu, seperti menggunakan gofood dll.

Di era digitalisasi yang semakin berkembang ini juga dilihat dari pelaku UMKM di kota makasar. Sebanyak 54 pelaku umkm di kota makasar yang menjadi responden penelitian, 79% menjawab digital marketing sangat penting, dan 17% menjawab penting, dan sisanya menjawab tidak penting. Maka dengan melihat penelitian tersebut bisa dibilang digital marketing sangat penting di era sekarang ini yang serba digital.

Perkembangan Usaha Risol 99 Dengan Digital Marketing.

Dengan bantuan teknologi informasi dan komunikasi, termasuk untuk usaha ini. Dimana selaku pembuka usaha risol 99 tentunya dapat menempatkan sebuah teknologi sebagai hal yang dapat mendukung suatu pencapaian dari rencana usaha yang telah ditentukan guna tercapainya sasaran dan tujuan usaha yang direncanakan. Media sosial dapat mendukung komunikasi dalam memasarkan sebuah produk secara cepat dan dapat lebih menguntungkan. Salah satu media sosial yang kami memanfaatkan adalah instagram. Pemanfaatan instagram dapat diartikan sebagai penggunaan sesuatu yang dapat berguna ataupun bermanfaat. Dimana dengan memanfaatkan media sosial instagram sebagai tempat atau wadah untuk melakukan kegiatan pemasaran serta bermanfaat dalam menyampaikan informasi kepada audiens. Dengan adanya pemanfaatan media sosial instagram diharapkan produk lebih cepat dikenal oleh masyarakat luas.

Dalam aplikasi instagram, ketika hendak membuat feed, maka bisa menambahkan tagar sebagai bagian dari caption. Nah nantinya, saat feed tersebut tersedia di profil, maka feed tadi juga akan muncul dihalaman sesuai tagar. Artinya, penggunaan lain yang berkunjung ke tagar yang sama, maka feed yang dibuat tadi bisa ditemukan. Feed atau konten yang dibuatkan muncul bersama dengan konten akun instagram lain yang menggunakan tagar yang sama.

Google Maps Marketing

Google maps marketing adalah proses kampanye pemasaran dimana marketer menggunakan Google Maps untuk membuat bisnis produk mereka lebih mudah ditemukan. Pemasaran google maps bukan hanya tentang visibilitas. Strategi ini lebih mementingkan pemosisian dan bukan hanya tentang letak posisi dari bisnis. Jika dapat digunakan dengan cermat dan strategis, Google Maps dapat memainkan peran yang penting dalam strategi pemasaran digital sebuah bisnis. Google Maps dapat menyalurkan ribuan calon pelanggan kepada badan usaha yang menggunakannya sebagai media pemasaran.

Kondisi Persaingan

Pesaing yang juga menggeluti usaha risol mayonnaise juga tentunya cukup banyak di lokasi tertentu, sehingga persaingan juga akan menjadi sangat ketat.

Selain itu tentunya terkait cita rasa dari sebuah produk yang dihasilkan dimana setiap usaha tentu memiliki cita rasa masing-masing sehingga tidak seluruh konsumen akan menyukai cita rasa dari Risol 99 sehingga terjadi kemungkinan bahwa konsumen akan lebih menyukai cita rasa dari pesaing.

4. Kesimpulan dan Saran

Dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Dengan metode kualitatif penggambaran, penyelidikan dan penganalisisan data menjadi mudah dan sederhana karena dalam fenomena viralnya suatu makanan memiliki pengaruh sosial yang tidak bisa di jelaskan secara gamblang dan sederhana, digambarkan atau diukur melalui pendekatan kualitatif. Dengan perhitungan. Harga pokok produksi yang di sertai dengan data dari usaha tersebut. Dari hasil perhitungan maka dapat disimpulkan dengan rasa dan kualitas yang lebih baik harga tidak mahal dan sebagai daya tarik konsumen yang lebih banyak lagi. Dan Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa apakah Usaha risoles mayo layak atau tidak dalam usaha bisnis dengan melihat penghitungan laba perhari dan biaya yang dikeluarkan lebih kecil dari pendapatan maka usaha ini dianggap layak dan mampu bertahan di dunia bisnis.

Daftar Pustaka

- Aulia, D., Ine, N ,N ., Winarni , Zufadil , Dianan , K ,N ,P., 2018 Analisis Studi Kelayakan Usaha UMKM Kaldu Bubuk Brako , *Jurnal PKN STAN Vol. 01* .
- Eko, S., Rizal, S., Sugiyono., 2017 Analisis Kelayakan Bisnis Usaha The Papua, *Jurnal IPB Vol 12 pp.145-150*.
- Kannan, P.K., & Hongshuang. L. (2016). Digital marketing: A Framework, Review and Research. Agenda. *International Journal of Research in Marketing*.