

Pemanfaatan Strategi Pemasaran Digital Menggunakan E-Commerce Shopee

CISKA DEBORA SIHOMBING¹; DWI AFRIANI^{2*}; BAMBANG SUPENO³

Universitas Lancang Kuning
Jln. Yos Sudarso KM 08 Rumbai Telp. (0761) 52581
*E-mail : dwiafriani5@gmail.com (korespondensi)

Abstract: Meri Snack's is engaged in the food business, namely producing processed products made from cassava and potatoes to produce cassava chips, potato chips and opaque products with various flavors. Get permission from the P-IRT Health Office: 2111471010170-27. Digital marketing is carried out by utilizing the Shopee e-commerce platform. The research method is descriptive qualitative, through observation, interviews and documentation. The results of research activities at Meri Snack's are that an e-commerce platform has been created which is expected to be able to use it as much as possible so that it can expand sales reach, increase consumers, increase sales and its products are known by the wider community and create more creative content about selling Meri Snack's products.

Keywords: *Marketing, Digital Marketing, E-commerce, Shopee*

Revolusi 4.0 memaksa kita untuk memahami kemajuan teknologi informasi yang terjadi saat ini, oleh sebab itu banyak kegiatan yang terpengaruh diantaranya di bidang perdagangan. Dengan adanya fenomena ini membuat kemajuan suatu usaha lebih mudah dan cepat. Pemanfaatan pemasaran digital menjadi salah satu cara dalam memanfaatkan teknologi yang ada saat ini.

Pemasaran digital memiliki tugas sebagai salah satu partner penting bagi pebisnis dalam memasarkan produknya, sehingga memudahkan calon konsumen untuk bertransaksi dengan pemilik usaha. Selain itu sebagai bentuk kegiatan *advertising* pada bisnis yang sedang dijalani.

Meri Snack's sebagai salah satu UMKM dibidang makanan, yaitu memproduksi produk olahan berbahan dasar singkong dan kentang sehingga menghasilkan produk makanan berupa kripik singkong, kripik kentang dan opak dengan berbagai macam cita rasa. UMKM Meri Snack's sudah mendapatkan izin dari Dinas Kesehatan P-IRT: 2111471010170-27, maka tidak diragukan lagi kualitas produk yang diberikan oleh UMKM ini.

Meri Snack's dalam meningkatkan penjualannya, diperlukan suatu upaya yang mana dengan memanfaatkan pemasaran digital secara online. Pemasaran digital yang dimaksud adalah dengan memanfaatkan e-commerce nomor satu di Indonesia yaitu e-commerce yang identik dengan warna oranye yaitu Shopee. Diharapkan dengan mempunyai akun shopee ini, menjadikan Meri Snack's lebih mudah meluaskan pangsa pasarnya sehingga mencapai tingkat penjualan yang diharapkan.

Kotler dan Armstrong (2012:29) berpendapat bahwa pemasaran mempunyai arti yaitu sebuah proses yang mana terdapat perusahaan yang menciptakan nilai untuk konsumen dan juga membangun hubungan jangka panjang dengan konsumen secara kuat, yang berfungsi untuk mendapatkan feedback dari konsumen tersebut. Maka dapat diambil kesimpulan bahwa pemasaran merupakan kegiatan yang dilakukan perusahaan dalam mewujudkan keinginan serta kebutuhan konsumen dengan menyediakan produk dan layanan yang dimaksimalkan oleh perusahaan tersebut.

Menurut Ridwan Sanjaya dan Josua tarigan (2009:47) digital marketing memiliki arti sebuah kegiatan pemasaran yang didalamnya termasuk kegiatan branding yang memanfaatkan berbagai jenis media berbasis web seperti blog, website, email, adwords, atau media social. Maka dari itu dapat diambil kesimpulan digital marketing merupakan suatu kegiatan pemasaran/promosi yang menggunakan media digital internet sebagai salah satu bentuk memanfaatkan teknologi bagi pelaku bisnis.

Kotler dan Amstrong (2012) berpendapat bahwa e-commerce adalah suatu saluran online yang bisa diakses oleh seseorang baik melalui computer, telepon genggam, yang dapat dimanfaatkan oleh pelaku bisnis untuk melakukan aktivitas bisnis atau pemasarannya dan bisa juga dimanfaatkan oleh konsumen untuk mendapatkan informasi dengan memanfaatkan kemampuan computer yang dimana terjadi proses pemberi jasa informasi untuk konsumen dalam menentukan pilihan.

Jadi dapat disimpulkan e-commerce merupakan suatu teknologi yang memanfaatkan internet dengan menciptakan aplikasi bagi pelaku bisnis sehingga memudahkan dalam melakukan transaksi dan pertukaran informasi bagi pelaku bisnis dengan konsumen, pelaku bisnis dengan pengecer tentunya dalam skala yang lebih luas karena tidak terbatas oleh jarak.

METODE

Dalam penelitian ini menerapkan metodologi deskriptif kualitatif. Menurut Sugiyono (2005) menyatakan bahwa metode deskriptif adalah suatu metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas. Sedangkan menurut Sugiyono (2017:8) penelitian kualitatif merupakan salah satu jenis penelitian yang spesifikasinya adalah sistematis, terencana dan terstruktur dengan jenis sejak awal

hingga pembuatan desain penelitiannya hingga tahap implementasinya.

Penelitian deskriptif kualitatif menggambarkan suatu keadaan yang sebenarnya. Perlakuan yang diberikan dengan melakukan kegiatan observasi, wawancara dan dokumentasi terhadap obyek penelitian serta studi Pustaka.

HASIL

Pengumpulan Informasi

Pengumpulan informasi melalui wawancara dengan pemilik UMKM Meri Snack's.

Tabel 1 : Hasil Wawancara

Pertanyaan	Jawaban
Deskriptif produk ?	Produk dari UMKM Meri Snack's adalah kripik singkong, kripik kentang dan opak dengan berbagai macam rasa
Tempat penjualan produk ?	Memiliki outlet sendiri dan bekerja sama dengan swalayan untuk meletakkan produk Meri Snack's
Target pasar?	Target pasar lintas usia, dari anak-anak hingga orang dewasa, swalayan, pengusaha kuliner
Penggunaan pemasaran digital	Pemasaran online menggunakan Whatsapp dan Instagram
Penggunaan e-commerce	Merintis untuk memaksimalkan penggunaan e-commerce shoppe, Tokopedia dll
Kegiatan promosi ?	Kegiatan promosi dengan penggunaan media social Instagram , kemudian menggunakan pendekatan dengan keluarga dan teman terdekat.

Sumber: Data Lapangan

Dari hasil wawancara yang dilakukan kepada pemilik Meri Snack's maka informasi yang didapatkan secara garis besar adalah belum memaksimalkan

pemasaran digital dengan memanfaatkan shopee sebagai platform e-commerce untuk meningkatkan penjualan/promosi bagi Meri Snack's. Diharapkan dengan memanfaatkan penggunaan shopee dapat meningkatkan dan memperluas pangsa pasar serta memudahkan calon konsumen mencari informasi mengenai produk Meri Snack's.

Analisis UMKM Meri Snack's

Analisa Lingkungan Internal

- a. Produk UMKM Meri Snack's
Produk yang dihasilkan oleh UMKM Meri Snack's terbuat dari bahan-bahan yang berkualitas sehingga menghasilkan olahan kripik yang sangat diminati banyak kalangan dan pesanan yang diterima dikerjakan dengan hati-hati agar produk tetap utuh dan tidak hancur
- b. Penetapan harga produk UMKM Meri Snack's
Harga produk yang ditawarkan beragam sesuai berat dari masing-masing produk yang ditawarkan, dimulai dari berat 200 s.d 500 gr, kisaran harga dari Rp12.000 s.d Rp25.000
- c. Kegiatan Promosi UMKM Meri Snack's
Pada UMKM Meri Snack's kegiatan promosi yang sudah dilakukan dengan bekerja sama dengan beberapa swalayan untuk memasarkan produk dan outlet terletak di jalan yos sudarso rumbai Pekanbaru
- d. Pelayanan Konsumen UMKM Meri Snack's
Pelayanan yang diberikan Meri Snack's salah satunya yaitu melayani konsumen dengan ramah dan memberikan layanan pengiriman secara gratis untuk pesanan dalam kota serta melayani pesanan untuk luar kota
- e. Lokasi UMKM Meri Snack's
Lokasi dari UMKM Meri Snack's berada di rumah pemiliknya, yaitu di

Jl Yos Sudarso Rumbai Kota Pekanbaru

- f. Sumber Daya Manusia Meri Snack's
UMKM Meri Snack's memberdayakan masyarakat sekitar khususnya ibu-ibu dalam proses produksi produk olahan dari UMKM Meri Snack's sehingga menghasilkan produk yang berkualitas.
- g. Sarana dan Fasilitas UMKM Meri Snack's
Sarana dan fasilitas yang dimiliki oleh UMKM Meri Snack's sudah cukup lengkap, mulai dari alat pemotongan singkong/kentang, pengorengan, pengeringan hingga pengemasan.

Analisa Lingkungan Eksternal

- a. Perkembangan Teknologi
Meri Snack's mendapatkan dampak positif yang cukup banyak dari perkembangan teknologi yang terjadi.
- b. Pangsa pasar
Meri Snack's mempunyai peluang untuk menjadi pangsa pasar karena sudah memiliki banyak pelanggan tetap
- c. Struktur pesaing
Pesaing Meri Snack's cukup banyak, karena lokasi berada di pusat kota yang mana terdapat competitor yang beredar dengan produk yang serupa
- d. Daya beli masyarakat
Perekonomian yang selalu berubah-ubah berpengaruh terhadap tingkat penjualan, namun bagi Meri Snack's hal tersebut tidak banyak berpengaruh karena sudah memiliki pangsa pasar nya tersendiri.

Realisasi Kerja

Survey lokasi UMKM Meri Snack's
Kegiatan yang pertama kali dilakukan adalah melakukan survey lokasi UMKM

Meri Snack's. Kegiatan ini bertujuan untuk mengetahui lokasi, kondisi, maupun lingkungan sekitar usaha.



Gambar 1.
Proses Produksi Produk



Gambar 3.
Foto Produk

Pengambilan foto produk

Kegiatan selanjutnya adalah pengambilan gambar produk pada UMKM Meri Snack's dengan tujuan konten yang didapatkan memberikan kesan kepada calon konsumen untuk langsung membeli tanpa pikir panjang dan pengambilan gambar juga dimaksimalkan menggunakan kamera yang mumpuni.



Gambar 2.
Foto Produk



Gambar 4.
Foto Produk

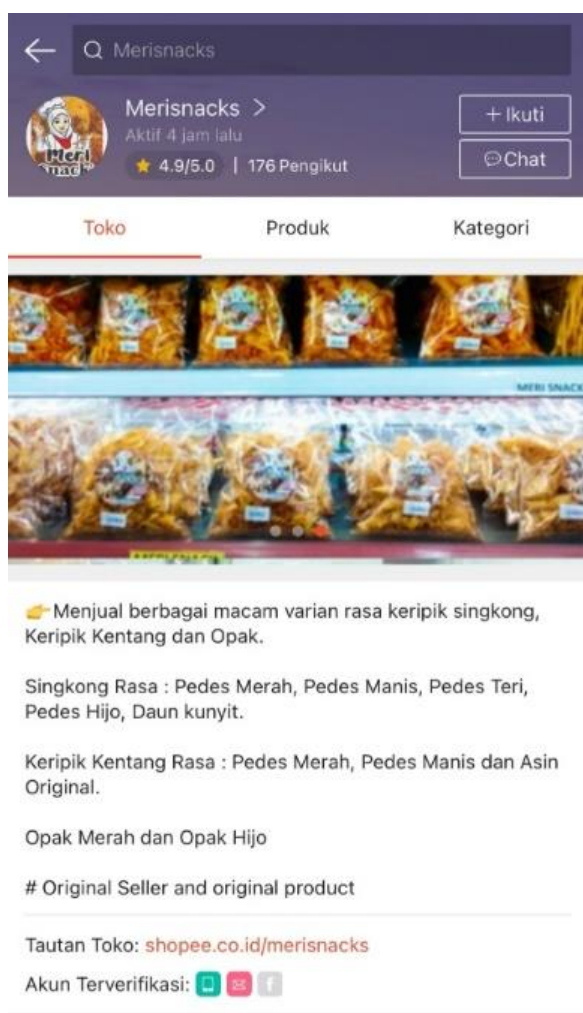


Gambar 5.
Foto Produk

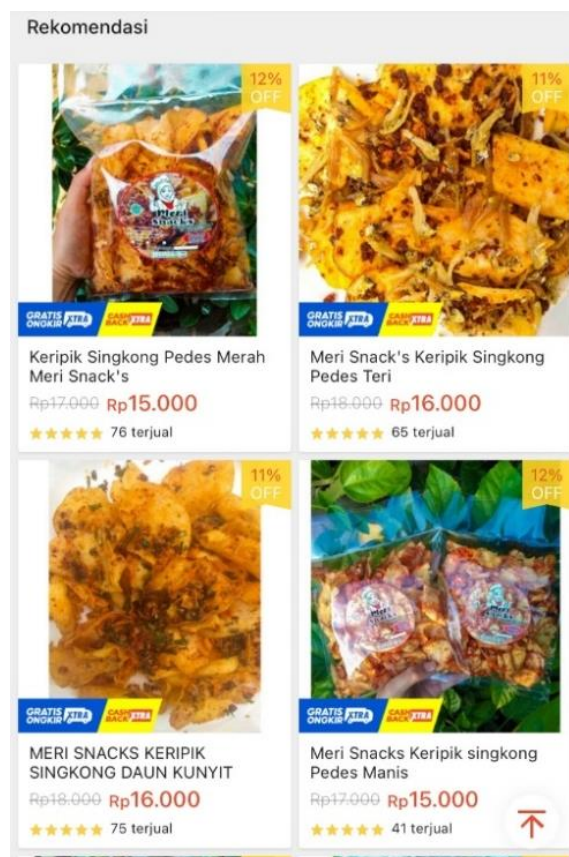
Pemotretan sebagian produk Meri Snack's ini adalah sebagai suatu usaha dalam membuat konten yang bagus dan memikat mata calon konsumen untuk membeli produk Meri Snack's.

Pemanfaatan e-commerce Shopee

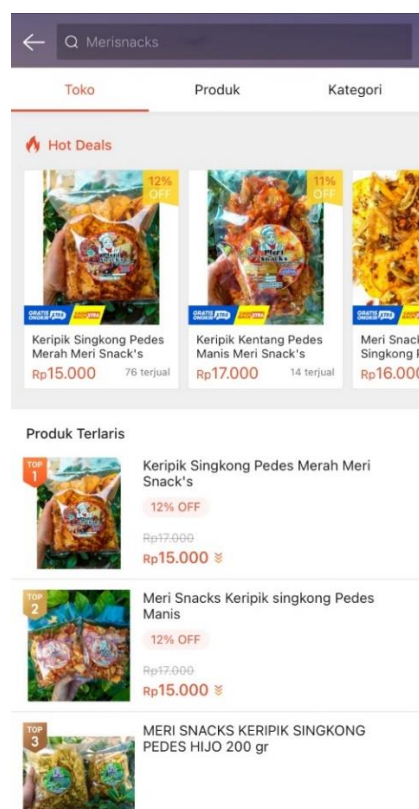
Pembuatan akun dimulai dengan membuat akun email dilanjutkan membuat akun shopee seller. Setelah akun shopee seller sudah jadi maka selanjutnya adalah mengunggah foto yang sudah di seleksi agar menampilkan foto produk yang bagus di akun shopee.



Gambar 6.
Akun Shopee



Gambar 7.
Akun Shopee



Gambar 8.
Akun Shopee

Menginput informasi-informasi yang dianggap penting sehingga memudahkan calon konsumen Meri Snack's untuk melakukan transaksi di shopee. Setelah semua informasi diisi secara lengkap maka Langkah selanjutnya mendaftarkan akun shopee seller Meri Snack's pada mitra shopee. Tujuan dari pendaftaran mitra shopee adalah agar memperoleh keuntungan dari fitur yang disediakan oleh shopee.

PEMBAHASAN

Dengan memanfaatkan pemasaran digital e-commerce (shopee) berhasil menciptakan citra Meri Snack's meningkat. Hal ini dapat dilihat sebelum maupun sesudah adanya penggunaan platform e-commerce bagi Meri Snack's. Selain itu, dengan adanya gambar produk yang bagus, calon konsumen dapat memilih produk mana yang akan dipesan karena setiap gambar produk sudah diberikan penjelasan. Pemanfaatan platform digital ini dapat meningkatkan pengetahuan bagi pelaku usaha maupun masyarakat serta calon konsumen Meri Snack's sehingga memudahkan dalam melakukan transaksi dan mendapatkan informasi tanpa perlu berkunjung ke outlet langsung.

SIMPULAN

Penerapan pemasaran digital dengan memanfaatkan media digital (shopee) menghasilkan produk Meri Snack's dapat diperkenalkan dengan lebih mudah serta dengan jangkauan yang luas dan kegiatan transaksi pun lebih efektif dan efisien. Adapun saran dalam kegiatan ini adalah masyarakat harus bisa menerima perkembangan zaman karena era globalisasi berkembang secara cepat dan luas. Hal tersebut merubah model transaksi jual beli yang pada mulanya dilakukan secara konvensional atau langsung menjadi jual beli berbasis internet atau online. Sehingga masyarakat dituntut untuk bisa beradaptasi dengan perubahan transaksi jual beli ini. E-commerce seperti shopee merupakan solusi bagi masyarakat untuk bisa mengembangkan UMKM nya di era globalisasi.

DAFTAR RUJUKAN

- Amstrong, Gary & Philip, Kotler. (2012) Dasar-Dasar Pemasaran. Jilid I, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta: Penerbit Prenhalindo.
- Sanjaya. R., Tarigan. J. (2009). Creative Digital Marketing: Teknologi berbiaya murah, inovatif dan berdaya hasil gemilang. Jakarta: Elex Media Komputindo
- Sugiyono. (2005). Metode Penelitian Administrasi. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Alfabeta, CV.