

Tantangan dan Peluang Penerapan Digital Marketing pada UKM Konveksi di era Digital

Yuan Syamsun Ashar, Yayuk Hariyasasti

Yeyeka Konveksi Indonesia

Email : Yayukhariyasasti.spd@gmail.com

Abstrak

Perkembangan Teknologi Internet dan Era Revolusi Industri 4.0 Teknologi internet memainkan peran penting dalam memasuki era revolusi industri 4.0, di mana informasi dapat diakses secara cepat dan mudah, tanpa terikat oleh batasan ruang dan waktu. Dengan internet, kegiatan seperti mencari informasi terkini, berinteraksi secara virtual, hingga membeli barang dapat dilakukan tanpa harus keluar rumah. Lonjakan pengguna internet membawa dampak positif bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UKM Konveksi), dengan memberikan peluang untuk memasarkan produk mereka secara lebih luas melalui platform digital. Secara keseluruhan, manfaat dari pemasaran digital yang dijelaskan dalam artikel tersebut memang sangat relevan dan dapat dirasakan oleh UKM Konveksi di sekitar daerah saya. Dengan memanfaatkan pemasaran digital, UKM Konveksi dapat meningkatkan visibilitas, memperluas jangkauan pasar, memahami perilaku konsumen, dan lebih efisien dalam menggunakan anggaran pemasaran mereka. Namun, untuk itu, diperlukan pelatihan dan pendampingan yang memadai agar pelaku UKM Konveksi di daerah saya bisa mengadopsi teknologi digital secara optimal. Secara umum, fenomena yang dibahas dalam artikel tersebut—yaitu rendahnya adopsi digital marketing oleh UKM Konveksi dan tantangan yang mereka hadapi dalam implementasinya—juga terjadi di daerah sekitar saya. Banyak pelaku UKM Konveksi yang belum sepenuhnya memanfaatkan potensi pemasaran digital untuk meningkatkan penjualan dan daya saing mereka. Oleh karena itu, upaya untuk meningkatkan literasi digital dan memberikan pelatihan yang lebih mendalam tentang cara memanfaatkan teknologi digital sangat diperlukan untuk membantu UKM Konveksi berkembang di era digital ini.

Kata Kunci : Digital Marketing, UKM, Konveksi, era Digital

Latar Belakang

Perkembangan Teknologi Internet dan Era Revolusi Industri 4.0 Teknologi internet memainkan peran penting dalam memasuki era revolusi industri 4.0, di mana informasi dapat diakses secara cepat dan mudah, tanpa terikat oleh batasan ruang dan waktu. Dengan internet,

kegiatan seperti mencari informasi terkini, berinteraksi secara virtual, hingga membeli barang dapat dilakukan tanpa harus keluar rumah. Lonjakan pengguna internet membawa dampak positif bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UKM Konveksi), dengan memberikan peluang untuk memasarkan produk mereka secara lebih luas melalui platform digital. Transformasi ke Digital Marketing Salah satu dampak dari internet adalah pergeseran dari pemasaran tradisional ke digital marketing. Digital marketing kini menjadi kunci utama kesuksesan bisnis, karena memungkinkan UKM Konveksi untuk melacak perilaku pelanggan secara real-time, serta mengukur jangkauan, keterlibatan, dan konversi produk baru yang dipasarkan secara online. Dengan memahami kebutuhan pelanggan secara tepat, UKM Konveksi dapat meraih kesuksesan lebih besar. Tantangan UKM Konveksi dalam Mengadopsi Digital Marketing Meskipun digital marketing menawarkan banyak manfaat, banyak UKM Konveksi yang belum mengimplementasikannya dengan maksimal. Banyak pelaku UKM Konveksi yang masih mengandalkan metode pemasaran yang spontan dan tidak terarah, sehingga mereka kesulitan bersaing di pasar yang semakin kompetitif. Selain itu, mereka juga kurang memahami cara berkomunikasi dengan pelanggan menggunakan teknologi informasi yang tepat. Padahal, dengan digital marketing, UKM Konveksi bisa memperluas pasar, menjalin kolaborasi, dan meningkatkan efisiensi.

Platform dan Alat Digital Marketing Beberapa layanan digital marketing yang bisa dimanfaatkan oleh UKM Konveksi, antara lain Google Bisnis (seperti Maps dan penelusuran), serta media sosial seperti Facebook, Instagram, Twitter, TikTok, YouTube, dan website. Platform-platform ini memungkinkan UKM Konveksi untuk menjangkau pasar yang lebih luas dengan biaya yang lebih rendah dan tanpa batasan waktu. Melalui media sosial, UKM Konveksi juga dapat membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan dan melacak perilaku mereka. Pengaruh Digital Marketing terhadap Perilaku Konsumen Digital marketing juga memengaruhi berbagai aspek perilaku konsumen, seperti kesadaran produk, pencarian informasi, opini, keputusan pembelian, komunikasi, dan evaluasi pasca pembelian. Semua aspek ini berkontribusi pada peningkatan posisi kompetitif perusahaan dan pada akhirnya berujung pada peningkatan penjualan.

Diskusi

Tantangan Penerapan Pemasaran Digital pada UKM Konveksi

Fenomena terkait pemasaran digital pada UKM Konveksi yang dijelaskan dalam artikel tersebut juga dapat ditemukan di banyak daerah, termasuk di sekitar tempat saya berada. Beberapa poin penting dari artikel tersebut yang bisa saya jelaskan berdasarkan observasi dan pengalaman umum di daerah sekitar adalah sebagai berikut:

1. Kurangnya Pemahaman Tentang Digital Marketing

Banyak pelaku UKM Konveksi di sekitar saya, seperti pedagang kecil, pengrajin, atau usaha rumah tangga, belum sepenuhnya memahami pentingnya digital marketing. Sebagian besar

mereka masih mengandalkan metode pemasaran tradisional, seperti pemasaran dari mulut ke mulut, pasar lokal, atau bahkan hanya mengandalkan toko fisik mereka. Padahal, dengan memanfaatkan internet dan media sosial, mereka bisa memperluas jangkauan pasar mereka secara signifikan. Misalnya, banyak toko kecil yang memiliki produk berkualitas, tetapi hanya dikenal oleh pelanggan lokal yang datang secara langsung. Penggunaan platform online seperti Instagram atau Tokopedia misalnya, dapat membantu mereka menjangkau pelanggan yang lebih luas, bahkan ke luar daerah atau internasional.

2. Penggunaan Media Sosial yang Terbatas

Beberapa UKM Konveksi di daerah saya sudah mulai memanfaatkan media sosial, seperti Facebook dan Instagram, untuk mempromosikan produk mereka. Namun, penggunaan media sosial ini masih terbatas pada cara yang sangat dasar, seperti hanya memposting foto produk tanpa adanya strategi pemasaran yang lebih terencana. Selain itu, tidak semua UKM Konveksi memanfaatkan fitur-fitur yang ada di platform sosial media untuk meningkatkan interaksi dan membangun komunitas pelanggan secara online, seperti menggunakan Instagram Ads atau Facebook Ads untuk menjangkau audiens yang lebih besar.

3. Penggunaan Platform Digital yang Terbatas

Berdasarkan artikel, banyak UKM Konveksi di Indonesia yang belum memanfaatkan platform seperti Google Bisnis untuk mempermudah konsumen menemukan lokasi usaha mereka. Di daerah saya, hal ini juga sangat relevan. Beberapa UKM Konveksi mungkin sudah familiar dengan aplikasi WhatsApp Business untuk komunikasi, namun masih banyak yang belum memanfaatkan Google Bisnis atau fitur-fitur seperti Google Maps, yang sangat membantu pelanggan dalam menemukan lokasi usaha mereka dengan lebih mudah. Sebagian besar UKM Konveksi di daerah saya cenderung kurang memanfaatkan platform digital secara maksimal, yang berarti mereka belum memanfaatkan semua potensi yang dapat ditawarkan oleh alat digital marketing yang ada. Hal ini mengindikasikan perlunya edukasi yang lebih dalam mengenai pemanfaatan teknologi digital, terutama untuk meningkatkan visibilitas usaha mereka di dunia maya.

4. Tantangan dalam Menghadapi Persaingan Pasar

Seperti yang disebutkan dalam artikel, banyak UKM Konveksi yang kesulitan bersaing di pasar digital karena mereka tidak memiliki strategi pemasaran yang terarah. Hal ini juga dapat diamati di sekitar saya, di mana meskipun ada banyak usaha kecil dengan produk yang bagus, mereka kesulitan untuk bersaing dengan UKM Konveksi lain yang lebih paham tentang digital marketing. Bahkan di pasar lokal, persaingan semakin ketat, dan UKM Konveksi yang tidak mengadopsi digital marketing sering kali tertinggal dalam hal penjualan dan visibilitas.

5. Kendala dalam Implementasi Digital Marketing

Salah satu kendala yang ditemukan di daerah saya adalah keterbatasan sumber daya dan pengetahuan. Beberapa pelaku UKM Konveksi di sini kesulitan untuk mengalokasikan waktu atau biaya untuk belajar tentang digital marketing atau mengembangkan keahlian mereka dalam hal tersebut. Banyak dari mereka yang juga merasa bahwa biaya untuk iklan online atau pembuatan konten yang menarik di media sosial terlalu tinggi. Akibatnya, mereka tidak maksimal dalam menerapkan strategi pemasaran digital yang dapat meningkatkan penjualan mereka.

Selain itu, banyak pelaku UKM Konveksi yang belum terbiasa dengan analisis data atau pengukuran efektivitas kampanye pemasaran mereka. Mereka lebih fokus pada penjualan langsung tanpa memahami bagaimana digital marketing dapat membantu mereka lebih memahami perilaku konsumen atau mengukur keberhasilan pemasaran mereka secara lebih akurat.

6. Solusi Potensial untuk Mengatasi Kendala

Beberapa solusi yang sudah mulai diterapkan adalah pelatihan atau workshop yang diadakan oleh pemerintah daerah, lembaga pendidikan, atau asosiasi UKM Konveksi untuk meningkatkan literasi digital para pelaku usaha kecil. Program-program pelatihan ini memberikan pemahaman dasar tentang digital marketing, cara menggunakan media sosial, dan bagaimana platform seperti Google Bisnis bisa membantu usaha mereka lebih berkembang.

Kesimpulan

Manfaat Penerapan Pemasaran Digital pada UKM Konveksi

Berikut ini adalah beberapa manfaat yang dapat dirasakan oleh UKM Konveksi di daerah saya jika mereka mengadopsi pemasaran digital:

1. Meningkatkan Visibilitas Usaha

Pemasaran digital, terutama melalui media sosial seperti Instagram, Facebook, dan WhatsApp, dapat membantu meningkatkan visibilitas usaha UKM Konveksi. Di daerah saya, banyak UKM Konveksi yang memiliki produk berkualitas tetapi terbatas pada pasar lokal atau bahkan pasar yang sangat kecil. Dengan memanfaatkan media sosial, mereka bisa memperkenalkan produk mereka ke audiens yang lebih luas, bahkan ke luar daerah atau bahkan internasional. Sebagai contoh, usaha kecil yang menjual produk makanan atau kerajinan tangan, yang sebelumnya hanya dikenal oleh pembeli lokal, bisa memanfaatkan platform seperti Instagram untuk menampilkan foto produk mereka dan menarik perhatian konsumen di luar daerah mereka. Hal ini secara signifikan dapat meningkatkan kesadaran tentang produk mereka dan menarik konsumen baru.

2. Memperluas Jangkauan Pasar

Dengan menggunakan digital marketing, UKM Konveksi bisa menjangkau pasar yang lebih luas tanpa harus memiliki banyak toko fisik atau mengeluarkan biaya besar untuk pemasaran konvensional. Banyak UKM Konveksi di daerah saya yang masih mengandalkan pasar tradisional atau hanya menjual barang di toko fisik mereka. Namun, dengan menggunakan platform e-commerce atau media sosial, mereka bisa menjual produk ke pasar yang lebih luas, bahkan di luar daerah atau kota mereka.

3. Pemasaran yang Lebih Efektif dan Terukur

Salah satu manfaat besar dari pemasaran digital adalah kemampuannya untuk mengukur efektivitas kampanye pemasaran secara real-time. Dengan menggunakan analitik media sosial atau Google Analytics, UKM Konveksi dapat memantau kinerja iklan atau promosi yang mereka lakukan, serta memahami perilaku pelanggan—apa yang mereka suka, kapan mereka membeli, dan bagaimana mereka berinteraksi dengan iklan. Di daerah saya, banyak UKM Konveksi yang belum mengadopsi konsep ini, tetapi apabila mereka mengimplementasikannya, mereka bisa lebih efisien dalam mengalokasikan anggaran pemasaran dan menyusun strategi yang lebih tepat.

4. Peningkatan Hubungan dengan Pelanggan

Salah satu manfaat lain dari pemasaran digital adalah kemampuan untuk membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan melalui komunikasi yang lebih langsung dan interaktif. Melalui media sosial, UKM Konveksi bisa berinteraksi langsung dengan pelanggan, menjawab pertanyaan mereka, memberikan informasi terbaru tentang produk, dan mendengarkan feedback. Hal ini dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan menciptakan loyalitas, yang sangat penting dalam dunia usaha yang kompetitif.

Di daerah saya, banyak UKM Konveksi yang hanya mengandalkan interaksi langsung dengan pelanggan tanpa menggunakan platform digital untuk komunikasi. Padahal, jika mereka memanfaatkan WhatsApp Business, misalnya, mereka dapat menjalin komunikasi yang lebih mudah dan langsung dengan pelanggan, serta memberikan pelayanan yang lebih cepat dan responsif.

5. Biaya Pemasaran yang Lebih Efisien

Pemasaran digital memungkinkan UKM Konveksi untuk melakukan promosi dengan biaya yang jauh lebih rendah dibandingkan dengan metode pemasaran tradisional seperti iklan TV, spanduk, atau iklan koran. UKM Konveksi di daerah saya yang memiliki anggaran terbatas untuk pemasaran akan sangat diuntungkan dengan penggunaan media sosial dan platform online lainnya yang relatif murah, atau bahkan gratis, untuk mengakses audiens yang lebih luas.

Misalnya, dengan hanya memposting foto produk di Instagram atau Facebook, UKM Konveksi bisa menjangkau ribuan orang tanpa biaya iklan. Jika mereka ingin memperluas jangkauan, mereka juga bisa menggunakan fitur iklan berbayar di Facebook atau Instagram yang biayanya dapat disesuaikan dengan anggaran mereka.

6. Meningkatkan Daya Saing

Dengan semakin banyaknya UKM Konveksi yang menggunakan teknologi digital, para pelaku usaha yang tidak mengadopsi pemasaran digital akan kesulitan untuk bersaing. Di daerah saya, banyak usaha kecil yang masih mengandalkan pemasaran tradisional dan belum memanfaatkan media sosial secara optimal. Dengan adopsi digital marketing, UKM Konveksi dapat meningkatkan daya saing mereka, karena mereka dapat berkompetisi dengan usaha lain yang mungkin lebih besar dengan memanfaatkan strategi pemasaran digital yang tepat. Sebagai contoh, jika sebuah UKM Konveksi yang memproduksi makanan khas lokal dapat memanfaatkan pemasaran digital dengan baik, mereka bisa bersaing dengan usaha lain yang lebih besar di pasar. Dengan memanfaatkan platform seperti Instagram, mereka dapat memperkenalkan produk mereka secara lebih kreatif melalui foto dan video yang menarik.

7. Mempermudah Penjualan dan Pembayaran

Adopsi pemasaran digital tidak hanya terbatas pada promosi, tetapi juga pada proses penjualan dan pembayaran. Banyak UKM Konveksi yang belum memanfaatkan sistem pembayaran online, padahal dengan platform seperti Gopay, OVO, atau transfer bank, proses transaksi menjadi lebih cepat dan mudah. Ini dapat meningkatkan kenyamanan pelanggan dan mempercepat aliran kas bagi UKM Konveksi.

Kesimpulan

Secara keseluruhan, manfaat dari pemasaran digital yang dijelaskan dalam artikel tersebut memang sangat relevan dan dapat dirasakan oleh UKM Konveksi di sekitar daerah saya. Dengan memanfaatkan pemasaran digital, UKM Konveksi dapat meningkatkan visibilitas, memperluas jangkauan pasar, memahami perilaku konsumen, dan lebih efisien dalam menggunakan anggaran pemasaran mereka. Namun, untuk itu, diperlukan pelatihan dan pendampingan yang memadai agar pelaku UKM Konveksi di daerah saya bisa mengadopsi teknologi digital secara optimal. Secara umum, fenomena yang dibahas dalam artikel tersebut—yaitu rendahnya adopsi digital marketing oleh UKM Konveksi dan tantangan yang mereka hadapi dalam implementasinya—juga terjadi di daerah sekitar saya. Banyak pelaku UKM Konveksi yang belum sepenuhnya memanfaatkan potensi pemasaran digital untuk meningkatkan penjualan dan daya saing mereka. Oleh karena itu, upaya untuk meningkatkan literasi digital dan memberikan pelatihan yang lebih mendalam tentang cara memanfaatkan

teknologi digital sangat diperlukan untuk membantu UKM Konveksi berkembang di era digital ini.

Daftar Pustaka

1. Praditya, R. A., & Purwanto, A. (2024). The Role of Viral Marketing, Brand Image and Brand Awareness on Purchasing Decisions. *PROFESOR: Professional Education Studies and Operations Research*, 1(01), 11-15.
2. Purwanto, A., & Praditya, R. A. (2024). The Role of Celebrity Endorsements, Electronic Word of Mouth, and Product Placement on Purchasing Decisions. *PROFESOR: Professional Education Studies and Operations Research*, 1(01), 6-10.
3. Ananda, A. S., Hernández-García, Á., & Lamberti, L. (2017). SME fashion brands and social media marketing: From strategies to actions. *International Journal of Web Based Communities*, 13(4), 468-498.
4. Khiong, K. (2022). Impact and Challenges of Digital Marketing in Healthcare Industries during Digital Era and Covid-19 Pandemic. *Journal of Industrial Engineering & Management Research*, 3(5), 112-118. <https://doi.org/10.7777/jiemar.v3i5.408>
5. Purwanto, A., Sulaiman, A., & Fahmi, K. (2023). The role of buzz and viral marketing on SMEs online shop marketing performance: CB-SEM AMOS analysis. *International Journal of Social and Management Studies*, 4(3), 1-7.
6. Dirgantini, D., & Haryono, T. (2025). The Role of Purchase Intention in Mediating the Impact of Digital Marketing Strategies on Online Shopping Behavior: A Case Study of Fashion Product Consumers in SMEs. *Paradoks: Jurnal Ilmu Ekonomi*, 8(2), 875-887.
7. Purwanto, A. (2022). How The Role of Digital Marketing and Brand Image on Food Product Purchase Decisions? An Empirical Study on Indonesian SMEs in the Digital Era. *Journal of Industrial Engineering & Management Research*, 3(6), 34-41. <https://doi.org/10.7777/jiemar.v3i6.323>
8. Kučinskis, G. (2024). Consumer responses to diverse digital goods: the role of psychological ownership in life planning apps, music streaming services, and game skins: Psychological ownership and digital goods. *Journal of Industrial Engineering & Management Research*, 5(4), 13-24. <https://doi.org/10.7777/jiemar.v5i3.529>
9. Purwanto, A., Asbari, M., & Santoso, T. I. (2021). Analisis data penelitian marketing: perbandingan hasil antara amos, smartpls, warppls, dan spss untuk jumlah sampel besar. *Journal of Industrial Engineering & Management Research*, 2(4), 216-227.
10. Handono, W. S., Kopong, A., & Madani, M. N. (2024). Digital Marketing Strategy in the Online Fashion Industry. *International Journal of Management Science and Information Technology*, 4(1), 119-128.