

Peranan Pemasaran dengan Platform Digital pada UKM Konveksi

Yuan Syamsun Ashar, Yayuk Hariyasasti

Yeyeka Konveksi Indonesia

Email : Yayukhariyasasti.spd@gmail.com

Abstract

Dalam menghadapi tren ini digitalisasi yang terus berkembang, UKM Konveksi dituntut untuk beradaptasi dengan kebutuhan pasar dan memanfaatkan media sosial sebagai salah satu strategi utama dalam pengembangan bisnis mereka. Hal ini menjadi kunci sukses bagi UKM Konveksi dalam memperluas jaringan pemasaran dan memanfaatkan potensi pasar yang lebih luas di era digital yang terus berkembang. Beberapa keuntungan dari penerapan digital marketing diantaranya: memberi konsumen level of control, menyediakan kenyamanan, meningkatkan loyalitas brand, membangun brand, dan lebih efektif dari sisi biaya. Jika ditelaah dari sisi brand sendiri, strategi digital marketing tersebut juga dapat membawa dampak positif bagi brand. Melalui platform digital, termasuk media sosial, brand bebas berekspresi menampilkan berbagai konten. Selain itu, jika strategi yang telah dibuat dapat dijaga secara berkelanjutan, hal tersebut dapat membantu terbentuknya loyalitas brand. Di tengah padatnya persaingan produk sejenis yang dipasarkan di dunia maya saat ini, menjadi sangat penting bagi brand untuk memahami karakteristik produk atau jasanya serta mengetahui strategi yang tepat untuk mengenalkan dan memasarkannya. Ketika brand mengoptimalkan strategi konten yang sesuai dan memilih platform atau media yang sesuai, maka hal tersebut akan mendukung ketercapaian tujuan digital marketing.

Kata Kunci: Pemasaran, Platform Digital, UKM Konveksi

Pendahuluan

Kehadiran media sosial telah yang melampaui batasannya sebagai platform sekadar untuk interaksi sosial. Kini, media sosial telah menjadi salah satu pilar utama bagi kegiatan usaha dan strategi pemasaran digital di kalangan pelaku usaha atau UKM Konveksi. Pada era digitalisasi saat ini, pemasaran digital menjadi kunci sukses bagi UKM Konveksi yang ingin memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penetrasi bisnis mereka. Digital marketing merupakan strategi pemasaran yang mengandalkan media digital seperti internet, media sosial, situs web, dan TV digital menjadi landasan yang vital bagi para pelaku UKM Konveksi. Dengan memanfaatkan teknologi dan media sosial, UKM Konveksi dapat memperluas jaringan pemasaran secara efektif.

Perubahan paradigma bisnis dari model konvensional menuju platform digital merupakan respons terhadap pertumbuhan signifikan pengguna internet di Indonesia, seperti yang disebutkan oleh Fenomena ini dapat merubah metode yang digunakan untuk berbisnis dengan mulai berfokus pada digitalisasi. Dalam menghadapi tren ini digitalisasi yang terus berkembang, UKM Konveksi dituntut untuk beradaptasi dengan kebutuhan pasar dan memanfaatkan media sosial sebagai salah satu strategi utama dalam pengembangan bisnis mereka. Hal ini menjadi kunci sukses bagi UKM Konveksi dalam memperluas jaringan pemasaran dan memanfaatkan potensi pasar yang lebih luas di era digital yang terus berkembang. Penggunaan digitalisasi dalam pemasaran juga memberikan wawasan yang lebih dalam kepada UKM Konveksi tentang konsep dasar pemasaran, menegaskan pentingnya pelatihan bagi mereka. Dalam rangka meningkatkan pemahaman dan implementasi digital marketing di kalangan UKM Konveksi, dibutuhkan berbagai upaya pelatihan, integrasi teknologi digital, serta dukungan kebijakan yang lebih luas. Beberapa strategi pemasaran digital yang efektif untuk UKM Konveksi, antara lain: Memiliki toko virtual, Menggunakan media sosial sebagai media promosi, Melakukan teknik blogging atau konten di website, Menjalankan email marketing, Menggunakan situs penyedia iklan.

Diskusi

1. Pemasaran digital memiliki banyak manfaat bagi UKM Konveksi, di antaranya:
 - **Meningkatkan pendapatan:** Dengan jangkauan pemasaran yang lebih luas, UKM Konveksi dapat meningkatkan penjualan dan pendapatan.
 - **Mempermudah transaksi:** Pembayaran digital dapat memudahkan UKM Konveksi dan konsumen.
 - **Menjangkau konsumen:** UKM Konveksi Konveksi Konveksi dapat menjangkau konsumen secara langsung melalui media sosial, marketplace, dan platform lainnya.
 - **Meningkatkan kepercayaan pelanggan:** Website bisnis yang dioptimalkan dengan SEO dapat meningkatkan kunjungan dan konversi penjualan.
 - **Memberikan layanan pelanggan yang baik:** UKM Konveksi Konveksi Konveksi dapat memberikan layanan pelanggan yang responsif dan efektif melalui email, media sosial, dan obrolan online.
 - **Menentukan target pasar:** UKM Konveksi Konveksi Konveksi dapat menggunakan statistik dan alat analisis untuk menentukan target pasar berdasarkan letak geografis, perilaku konsumen, dan karakteristik konsumen.
 - **Menyederhanakan proses produksi:** UKM Konveksi Konveksi Konveksi dapat menyederhanakan proses produksi dengan bantuan teknologi.

- **Mengatur keuangan dengan mudah:** UKM Konveksi Konveksi Konveksi dapat mengatur keuangan dengan lebih mudah, transparan, dan cepat.

Pemasaran digital memudahkan konsumen untuk membeli tanpa harus datang langsung ke toko, memberikan kenyamanan dan kemudahan, serta menghasilkan respons positif bagi pemilik UKM Konveksi Konveksi Konveksi.

Seiring perkembangan teknologi yang cukup pesat, persaingan usaha baik usaha kecil maupun usaha menengah pun cukup ketat. Oleh karena itu, saat ini baik usaha kecil maupun menengah berlomba-lomba melakukan digitalisasi usaha. Hal itu bertujuan mengikuti perkembangan teknologi yang semakin hari semakin canggih. Banyak sekali UKM Konveksi Konveksi Konveksi yang mengembangkan usahanya menggunakan teknologi berbasis internet, seperti: membuat website untuk melakukan digital marketing sampai dengan memiliki E – Commerce. Nyatanya, digitalisasi UKM Konveksi Konveksi Konveksi dinilai memiliki banyak manfaat.

1. Memperluas jangkauan

Digitalisasi UKM Konveksi Konveksi Konveksi memungkinkan pelaku usaha memiliki jangkauan pemasaran yang lebih luas bahkan bisa sampai ke pelosok negeri. Selain itu, UKM Konveksi Konveksi Konveksi juga dapat menjangkau pengguna smartphone yang semakin marak. Seperti yang kita ketahui, perubahan gaya hidup masyarakat yang lebih menyukai belanja online dibandingkan konvensional membawa keuntungan tersendiri bagi UKM Konveksi Konveksi Konveksi. Artinya UKM Konveksi Konveksi Konveksi dapat menggunakan website dan aplikasi mobile sebagai sarana untuk memasarkan produknya.

2. Meningkatkan pendapatan

Pastinya, semakin luas jangkauan pemasaran suatu bisnis maka penghasilan pun akan meningkat. Hal tersebut karena semakin luas jangkauan pemasaran akan diiringi dengan peningkatan penjualan. Apalagi jika pelaku bisnis UKM Konveksi Konveksi Konveksi menggunakan media sosial untuk memasarkan produknya.

3. Mempermudah transaksi

Pembayaran digital akan memudahkan UKM Konveksi Konveksi Konveksi dan konsumen. Goodbye kembalian!

4. Mengikuti trend

Digitalisasi membuat UKM Konveksi beradaptasi dengan kebiasaan masyarakat sehingga lebih kekinian. Manfaat digital marketing telah dirasakan oleh banyak pelaku bisnis, baik itu skala kecil hingga digital marketing di perusahaan raksasa sekalipun.

Ini merupakan terobosan baru dalam teknik pemasaran di era digital dan internet yang sangat penting.

Usaha mikro kecil menengah termasuk salah satu unit bisnis yang mendapat keuntungan besar berkat adanya teknik pemasaran secara online. Oleh karena itu, penggunaan digital marketing perlu dimaksimalkan oleh semua pelaku UKM Konveksi Teknologi saat ini terus berkembang dan manfaat penggunaan internet terasa bagi para pemakainya. Beberapa orang merasa ketergantungan dengan adanya internet, termasuk aktivitas Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UKM Konveksi) dalam memanfaatkan teknologi informasi untuk menjalankan usahanya khususnya pada era Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA). Tujuan penelitian ini secara umum mendeskripsikan dampak digital marketing terhadap volume penjualan bagi pelaku UMKdi kota Batam. Penelitian ini berjenis kualitatif, dengan menggunakan model triangulasi, yang menggabungkan metode wawancara terstruktur, wawancara mendalam dan observasi terhadap pelaku UKM Konveksi yang terdaftar aktif di Dinas Pemberdayaan Masyarakat Pasar – Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Kota. Dari hasil penelitian diketahui bahwa digital marketing memudahkan pelaku UKM Konveksi Konveksi Konveksi untuk memberikan informasi dan berinteraksi secara langsung dengan konsumen, memperluas pangsa pasar, meningkatkan awareness dan meningkatkan penjualan bagi pelaku UKM Konveksi

Salah satu keuntungan utama digital marketing bagi UKM Konveksi adalah kemampuannya untuk menjangkau khalayak luas dengan biaya promosi yang relatif lebih rendah dibandingkan dengan metode promosi konvensional, seperti iklan cetak atau televisi. Dengan menggunakan platform digital, seperti media sosial, email marketing, atau mesin pencari, UKM Konveksi dapat menghemat biaya promosi sambil tetap memperoleh hasil yang optimal. Contohnya, UKM cukup menggunakan website dan media sosial, kemudian mengunggah konten berupa artikel, foto, atau video mengenai produk, jasa, maupun layanan bisnis. Dengan cara ini, konsumen bisa mengenal brand bisnis, termasuk produk, jasa, maupun layanan yang tersedia. UKM Konveksi Konveksi Konveksi dapat menargetkan jangkauan konsumen lebih luas, terutama untuk generasi milenial dan Gen Z yang merupakan pengguna gadget serta internet. Apalagi gadget dan internet menjadi salah satu kebutuhan pokok saat ini. Melalui teknik targeting yang canggih dan strategi digital marketing tepat sasaran, UKM Konveksi dapat menyampaikan pesan promosi kepada audiens, meningkatkan peluang terjadinya konversi, dan akhirnya mendapatkan keuntungan dari peningkatan penjualan. Memanfaatkan teknologi digital marketing memungkinkan kamu memberikan layanan konsumen yang tersedia 24/7 nonstop. Apalagi kalau kamu melengkapinya dengan situs web, chatbot, atau media sosial, kamu sebagai pebisnis UKM Konveksi bisa terhubung dengan pelanggan kapan pun diperlukan. Ini

memberikan pengalaman pelanggan yang lebih baik dan meningkatkan kepuasan pelanggan secara keseluruhan. Di saat yang sama, kamu juga bisa secara langsung melayani pelanggan. Misalnya saat melakukan promosi dan pemasaran di Instagram. Lalu saat ada audiens yang tertarik dan mengajukan pertanyaan mengenai ketersediaan produk atau spesifik produk melalui fitur direct message (DM), kamu bisa memberikan jawaban secara langsung. juga terbukti mampu menarik banyak pelanggan baru. Hal ini terjadi karena keberadaan media sosial, serta website, yang sangat memudahkan konsumen dalam mencari informasi seputar produk, lalu bisa langsung melakukan pemesanan. Semuanya dapat dilakukan hanya dengan beberapa kali klik dan barang pun akan diantar. Artinya, digital marketing membuat proses promosi hingga penjualan menjadi lebih ringkas sehingga dapat memberikan pengalaman berbelanja yang lebih mudah dan nyaman bagi pelanggan. Apalagi kalau kamu melengkapi bisnis yang dijalankan dengan punya toko online, sistem pembayaran elektronik, dan fitur pengiriman yang efisien, pelanggan otomatis bisa senang berbelanja produk dan jasa yang kamu tawarkan. Aspek penting dari digital marketing adalah ketersediaan data yang dapat digunakan untuk evaluasi dan analisis. Hal ini karena adanya alat analitik, seperti Google Analytics, Google Search Console, atau platform pihak ketiga yang membantu kamu melacak kinerja digital campaign, memahami perilaku konsumen, dan mengidentifikasi tren pasar. Semua data tersebut nantinya bisa membantu kamu membuat keputusan yang lebih cerdas dan mengoptimalkan strategi pemasaran untuk mencapai hasil yang lebih baik di masa depan. Digital marketing membuka peluang besar bagi UKM Konveksi untuk membangun brand awareness atau kesadaran merek di kalangan konsumen. Melalui konten yang kreatif dan strategi pemasaran yang tepat, UKM Konveksi dapat meningkatkan kepercayaan dan loyalitas pelanggan terhadap merek, sekaligus dapat memperkuat citra merek di mata konsumen. Secara keseluruhan, digital marketing menawarkan berbagai manfaat yang tidak dapat diabaikan bagi UKM Konveksi dalam memperluas bisnis, meningkatkan visibilitas merek, meningkatkan penjualan, dan memperkuat hubungan dengan pelanggan.

2. Teknologi saat ini terus berkembang dan manfaat penggunaan internet terasa bagi para pemakainya. Beberapa orang merasa ketergantungan dengan adanya internet, termasuk aktivitas Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UKM Konveksi) dalam memanfaatkan teknologi informasi untuk menjalankan usahanya khususnya pada era Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA). Tujuan penelitian ini secara umum mendeskripsikan dampak digital marketing terhadap volume penjualan bagi pelaku UMKdi kota Batam. Penelitian ini berjenis kualitatif, dengan menggunakan model triangulasi, yang menggabungkan metode wawancara terstruktur, wawancara mendalam dan observasi terhadap pelaku UKM Konveksi yang terdaftar aktif di Dinas Pemberdayaan Masyarakat Pasar – Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Kota. Dari hasil penelitian diketahui bahwa

digital marketing memudahkan pelaku UKM Konveksi untuk memberikan informasi dan berinteraksi secara langsung dengan konsumen, memperluas pangsa pasar, meningkatkan awareness dan meningkatkan penjualan bagi pelaku UKM Konveksi Konveksi Konveksi .

Pemasaran digital dapat memberikan banyak manfaat bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UKM Konveksi), di antaranya:

- **Meningkatkan penjualan**
Dengan jangkauan yang lebih luas, UKM Konveksi dapat menjangkau lebih banyak konsumen dan meningkatkan penjualan.
- **Memperluas pangsa pasar**
UKM Konveksi dapat menjangkau pasar internasional, bukan hanya satu daerah tertentu.
- **Meningkatkan awareness**
UKM Konveksi dapat meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap produknya.
- **Mempermudah interaksi dengan pelanggan**
UKM Konveksi dapat berkomunikasi langsung dengan pelanggan melalui media sosial, social chatting, marketplace, dan platform lainnya.
- **Menekan biaya promosi**
UKM Konveksi dapat meminimalisir biaya promosi dengan memanfaatkan platform online, seperti memasang iklan berbayar di media sosial maupun website.
- **Memudahkan transaksi**
UKM Konveksi dan konsumen dapat melakukan transaksi secara digital.
- **Meningkatkan ROI**
UKM Konveksi dapat melacak konversi dan menentukan sumber lalu lintas yang paling menguntungkan, sehingga dapat mengalokasikan sumber daya dengan lebih efisien.
- **Membuka peluang kolaborasi dan kemitraan**
UKM Konveksi yang melek digital dapat lebih mudah melakukan kolaborasi dan kemitraan.

Untuk menjalankan pemasaran digital secara optimal, UKM Konveksi dapat mengikuti pelatihan digital marketing dan mendapatkan sertifikasi.

Nyatanya, digitalisasi UKM Konveksi dinilai memiliki banyak manfaat. Digitalisasi UKM Konveksi memungkinkan pelaku usaha memiliki jangkauan pemasaran yang lebih luas bahkan bisa sampai ke pelosok negeri. Selain itu, UKM Konveksi juga dapat menjangkau pengguna smartphone yang semakin marak. Pemasaran melalui digital dengan memanfaatkan social media, social chatting, marketplace dan penggunaan platform lainnya, memudahkan para pelaku UMK untuk dapat menarik dan berinteraksi secara langsung dengan konsumen. Digital marketing membantu suatu bisnis menjangkau lebih banyak audiens daripada melalui metode konvensional.

Selain dapat menjangkau lebih banyak audiens, digital marketing juga lebih hemat biaya dan terukur.

Dari hasil penelitian diketahui bahwa digital marketing memudahkan pelaku UKM Konveksi untuk memberikan informasi dan berinteraksi secara langsung dengan konsumen, memperluas pangsa pasar, meningkatkan awareness dan meningkatkan penjualan bagi pelaku UKM Konveksi Konveksi Konveksi. Seiring perkembangan teknologi yang cukup pesat, persaingan usaha baik usaha kecil maupun usaha menengah pun cukup ketat. Oleh karena itu, saat ini baik usaha kecil maupun menengah berlomba-lomba melakukan digitalisasi usaha. Hal itu bertujuan mengikuti perkembangan teknologi yang semakin hari semakin canggih. Banyak sekali UKM Konveksi yang mengembangkan usahanya menggunakan teknologi berbasis internet, seperti: membuat website untuk melakukan digital marketing sampai dengan memiliki E – Commerce. Nyatanya, digitalisasi UKM Konveksi dinilai memiliki banyak manfaat.

Digitalisasi UKM Konveksi memungkinkan pelaku usaha memiliki jangkauan pemasaran yang lebih luas bahkan bisa sampai ke pelosok negeri. Selain itu, UKM Konveksi juga dapat menjangkau pengguna smartphone yang semakin marak. Seperti yang kita ketahui, perubahan gaya hidup masyarakat yang lebih menyukai belanja online dibandingkan konvensional membawa keuntungan tersendiri bagi UKM Konveksi. Artinya UKM Konveksi dapat menggunakan website dan aplikasi mobile sebagai sarana untuk memasarkan produknya. Pastinya, semakin luas jangkauan pemasaran suatu bisnis maka penghasilan pun akan meningkat. Hal tersebut karena semakin luas jangkauan pemasaran akan diiringi dengan peningkatan penjualan. Apalagi jika pelaku bisnis UKM Konveksi menggunakan media sosial untuk memasarkan produknya. Digital marketing, atau pemasaran digital merupakan suatu bagian dari pemasaran yang memanfaatkan internet dan teknologi digital untuk memasarkan produk dan jasa. Bagi setiap brand, tentunya strategi tersebut sangat penting di era digital saat ini. Jika pemilik usaha atau korporasi belum dapat memaksimalkan upaya digital marketing bagi brand atau produknya, besar kemungkinan tujuan bisnis dari sisi pemasaran akan sulit tercapai.

Kesimpulan

Beberapa keuntungan dari penerapan digital marketing diantaranya: memberi konsumen level of control, menyediakan kenyamanan, meningkatkan loyalitas brand, membangun brand, dan lebih efektif dari sisi biaya. Jika ditelaah dari sisi brand sendiri, strategi digital marketing tersebut juga dapat membawa dampak positif bagi brand. Melalui platform digital, termasuk media sosial, brand bebas berekspresi

menampilkan berbagai konten. Selain itu, jika strategi yang telah dibuat dapat dijaga secara berkelanjutan, hal tersebut dapat membantu terbentuknya loyalitas brand. Di tengah padatnya persaingan produk sejenis yang dipasarkan di dunia maya saat ini, menjadi sangat penting bagi brand untuk memahami karakteristik produk atau jasanya serta mengetahui strategi yang tepat untuk mengenalkan dan memasarkannya. Ketika brand mengoptimalkan strategi konten yang sesuai dan memilih platform atau media yang sesuai, maka hal tersebut akan mendukung ketercapaian tujuan digital marketing.

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. Kučinskas, 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.