



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 3 Nomor 2 Tahun 2023 Page 10139-10147

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

Promosi Dan Kepuasan Konsumen Pada UMKM Halaman Rumah

Nabila Nur Hayati Fadhilah^{1✉}, Pipih Nurlatifah², Dwi Epty Hidayaty³, Santi Pertiwi Hari Sandi⁴

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Universitas Buana Perjuangan Karawang

Email: mn21.nabilafadhila@mhs.ubpkarawang.ac.id^{1✉}

Abstrak

Strategi digital marketing untuk meningkatkan penjualan pada UMKM Halaman Rumah, yang merupakan usaha mikro kecil menengah di bidang kuliner. Dalam era digital saat ini, penting bagi UMKM untuk mengembangkan promosi mereka melalui digital marketing, seperti menggunakan media sosial seperti Facebook, Instagram, TikTok, dll. Artikel ini juga menyoroti pentingnya konten pemasaran, penggunaan iklan online, dan pengembangan website sebagai strategi digital marketing yang efektif. Namun, disadari bahwa banyak pelaku UMKM masih memiliki keterbatasan pengetahuan dan sumber daya dalam memanfaatkan digital marketing secara optimal. Oleh karena itu, artikel ini memberikan panduan dan solusi praktis untuk membantu pelaku UMKM dalam mengembangkan strategi digital marketing yang sukses. Diharapkan artikel ini dapat memberikan inspirasi dan bimbingan bagi pelaku UMKM dalam memanfaatkan digital marketing guna meningkatkan penjualan produk mereka dan meningkatkan daya saing di pasar.

Kata Kunci : *Strategi digital marketing, Meningkatkan bidang kuliner, Media sosial*

Abstract

Digital marketing strategy to increase sales at Home Yard SMEs, which are micro, small and medium businesses in the culinary field. In the current digital era, it is important for MSMEs to develop their promotions through digital marketing, such as using social media such as Facebook, Instagram, TikTok, etc. This article also highlights the importance of content marketing, the use of online advertising, and website development as an effective digital marketing strategy. However, it is realized that many MSMEs still have limited knowledge and resources in utilizing digital marketing optimally. Therefore, this article provides practical guidelines and solutions to help MSME actors develop successful digital marketing strategies. It is hoped that this article can provide inspiration and guidance for MSME players in utilizing digital marketing to increase their product sales and increase competitiveness in the market.
Keyword : *Digital marketing strategy, Improving the culinary field, Social media*

PENDAHULUAN

Halaman Rumah merupakan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang bergerak dibidang kuliner. Usaha ini berfokus pada makanan rumahan, karena lokasinya yang berada di halaman rumahnya sendiri seperti Halaman Rumah. Menu yang tersedia pada usaha ini yaitu makanan berat seperti sate taichan, chicken katsu,dll. Di era sekarang ini berbagai usaha makanan rumahan perlu adanya pengembangan dalam segi promosi yaitu digital marketingnya, seperti promosi di media sosial Facebook, Instagram, Tiktok, dll.

UMKM adalah usaha mikro kecil menengah, yang dikembangkan dengan menggunakan Strategi digital marketing dan digunakan untuk meningkatkan penjualan produk UMKM Halaman Rumah. Salah satu strategi pemasaran yang semakin populer dan efektif dalam meningkatkan penjualan UMKM adalah Digital Marketing. Melalui digital marketing, UMKM dapat memanfaatkan berbagai platform digital untuk mempromosikan produk mereka, meningkatkan ekuitas merek, serta memperluas jangkauan konsumen. Strategi pemasaran berbasis digital marketing juga dapat meningkatkan daya jual produk UMKM.

Dalam meningkatkan penjualan ada beberapa hal yang perlu dikuasai pelaku UMKM dalam menggunakan digital marketing adalah penggunaan media sosial seperti Facebook, Instagram, Twitter, tiktok, dll, konten marketing, dan lainnya untuk mempromosikan produk. UMKM juga dapat menggunakan fitur iklan pada media sosial tersebut untuk menjangkau target pasar yang lebih luas. Penggunaan website juga dapat menjadi pilihan strategi digital marketing yang tepat. Dengan melakukan strategi digital marketing yang tepat, UMKM Halaman Rumah dapat meningkatkan penjualan dan meningkatkan keuntungan bisnis mereka. Namun, perlu

diingat bahwa strategi digital marketing harus disesuaikan dengan karakteristik dan kebutuhan bisnis UMKM Halaman Rumah untuk mencapai hasil yang optimal.

Namun, banyak pelaku UMKM yang masih belum memanfaatkan potensi digital marketing secara optimal karena keterbatasan pengetahuan dan sumber daya yang dimiliki. Oleh karena itu, artikel ini akan membahas strategi digital marketing yang dapat diterapkan oleh pelaku UMKM untuk meningkatkan penjualan produk UMKM Halaman Rumah. Artikel ini akan membahas konsep-konsep dasar digital marketing, serta memberikan tips praktis dan solusi efektif untuk mengatasi tantangan dalam mengembangkan strategi digital marketing yang sukses. Diharapkan artikel ini dapat memberikan panduan dan inspirasi bagi pelaku UMKM untuk memanfaatkan potensi digital marketing dan meningkatkan daya saing produk mereka di pasar.

Pemasaran merupakan suatu proses dan manajerial yang membuat individu atau kelompok mendapatkan apa yang diinginkan dan dibutuhkan dengan menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan produk yang bernilai kepada pihak lain atau segala 117 kegiatan yang menyangkut penyampaian produk atau jasa mulai dari produsen sampai dengan konsumen. Sasaran dari pemasaran ini yaitu menarik pelanggan baru dengan menjanjikan nilai superior, menetapkan harga yang menarik, mendistribusikan produk atau jasa dengan mudah, mempromosikan secara efektif serta mempertahankan pelanggan yang sudah ada dengan tetap memegang prinsip yaitu kepuasan pelanggan. (Saifuddin, 2021).

Digital Marketing adalah bentuk pemasaran modern sekaligus merupakan harapan baru dan dobrakan baru bagi perusahaan dan UMKM, hal ini diharapkan memberikan dampak positif bagi pengusaha UMKM. Digital marketing memungkinkan pengiklanan berkomunikasi langsung dengan konsumen potensial tanpa terhalang oleh waktu dan lokasi geografis. Dapat disimpulkan bahwasanya digital marketing merupakan salah satu kegiatan promosi dan pencarian pasar melalui media digital secara online dengan memanfaatkan berbagai sarana seperti jejaring sosial, internet, market place, dan lainnya. Hal ini disebabkan karena dunia maya tidak hanya mampu menghubungkan orang dengan perangkat melainkan juga orang dengan orang lain di seluruh dunia (Saifuddin, 2021).

Promosi adalah suatu bentuk komunikasi antara penjual dan pembeli yang bersumber dari informasi yang benar dengan tujuan untuk merubah sikap dan perilaku pembeli, yang sebelumnya tidak kenal menjadi kenal, sehingga menjadi pembeli dan tetap ingat akan produk tersebut. (Putra et al., 2022).

METODE PENELITIAN

Jenis metode yang digunakan dalam Kunjungan Industri ini adalah Deskriptif dengan pendekatan observatif. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian deskriptif dengan pendekatan observatif. Data primer yang didapat ialah melalui proses wawancara dan observasi langsung terhadap pelaku usaha dan data sekunder diperoleh dari artikel atau buku yang berhubungan dengan judul penelitian. Kegiatan kunjungan industrial dilakukan pada tanggal 15 Maret 2023 di Halaman Rumah lokasi usaha yang berada di Jl. Perum Peruri Blok. B1 No.52, Sirnabaya, Telukjambe imur, Karawang, Jawa Barat 41361. Objek pada observasi ini adalah promosi dan kepuasan konsumen untuk meningkatkan penjualan Halaman Rumah. Penulisan ini akan memfokuskan pada bagaimana memanfaatkan media sosial dengan efektif untuk meningkatkan promosi dan kepuasan Konsumen Halaman Rumah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Kegiatan Kunjungan Industri

Berdasarkan hasil observasi pada UMKM Halaman Rumah merupakan usaha mikro kecil menengah yang berfokus pada makanan rumahan, terutama makanan berat seperti sate taichan dan chicken katsu. Lokasinya berada di daerah perkotaan Karawang yang mudah di akses oleh pelanggan. Usaha ini menawarkan berbagai macam menu makanan berat, dengan menu *best seller* nya yaitu sate thaican dan chicken katsu. Pemilik "Halaman Rumah" ini bernama Nur Muhammad Abdul Hafizh, usaha ini berdiri pada tanggal 07 April 2021.

UMKM Halaman Rumah menjual produknya dengan harga yang bervariasi, mulai dari Rp 15.000 – Rp 44.000. Omset yang didapat di bulan Januari 2023 mencapai Rp 12.000.000 dan mendapatkan profit mencapai Rp 9.000.00. Halaman Rumah aktif memanfaatkan media sosial, seperti Instagram, Tiktok untuk mempromosikan menu khusus dan penawaran spesial. Mereka memiliki strategi konten yang menarik, dengan foto-foto menarik dan deskripsi yang menggugah selera. UMKM Halaman Rumah Memanfaatkan Media Sosial untuk promosi, yaitu seperti Instagram dan WhatsApp serta promosi word of mount marketing.

Berdasarkan hasil observasi ditemukan tingkat promosi melalui media sosial dalam meningkatkan kepuasan konsumen UMKM Halaman Rumah, sebagai berikut.

Tabel 1. Perkiraan tingkat promosi terhadap minat beli pada UMKM Halaman Rumah

NO	Sosial Media	Perkiraan Minat beli (%)
1.	<i>Instagram</i>	20%
2.	<i>WhatsApp</i>	30%
3.	<i>Word Of Mount Marketing</i>	50%



Gambar 1. Perkiraan tingkat promosi terhadap minat beli pada UMKM Halaman Rumah

Tabel 2. Perkiraan Kepuasan Konsumen pada UMKM Halaman Rumah

NO	Bentuk Pelayanan dan menu	Perkiraan kepuasan
1.	Menyambut kedatangan pelanggan, Sopan, Ramah, Komunikasi, mengelola dan menjaga kebersihan, serta menjaga ketepatan waktu dengan penyajian yang maksimal.	Sangat Puas
2.	Menawarkan menu <i>best seller</i> dan menjaga komposisi rasa makanan	Puas

3.	Kenyamanan tempat / lokasi usaha pada UMKM Halaman Rumah	Cukup Puas
----	--	------------

Dari hasil observasi diatas menunjukkan bahwa promosi melalui sosial media belum dimanfaatkan dengan maksimal sehingga masih menggunakan sistem *Word of mount marketing* atau biasa di sebut dengan promosi dari mulut ke mulut. Artinya perlu mengembangkan lagi dari segi promosi melalui sosial media, seperti lebih aktif lagi dalam mempromosikan melalui Instagram atau bisa mebuat konten melalui sosial media Tiktok agar bisa membuat iklan produk berupa konten menarik.

Kepuasan konsumen ini sudah sangat efektif, karena dengan komunikasi yang baik dan asik pelanggan pun akan merasa nyaman. Kepuasan konsumen adalah tingkat kepuasan atau kepuasan pelanggan setelah mereka menggunakan produk atau layanan suatu perusahaan. Faktor-faktor yang berkontribusi terhadap kepuasan konsumen meliputi kualitas produk atau layanan, harga yang wajar, pelayanan pelanggan yang baik, pengalaman positif, dan pemenuhan harapan konsumen. Kepuasan konsumen yang tinggi penting bagi perusahaan karena dapat meningkatkan loyalitas pelanggan, merekomendasikan produk atau layanan kepada orang lain, dan mendukung pertumbuhan bisnis jangka Panjang Promosi dan kepuasan konsumen adalah sebagai berikut:

- Promosi:
 - 1) Meningkatkan kesadaran konsumen tentang produk atau layanan yang ditawarkan.
 - 2) Memperluas basis pelanggan dengan menarik minat baru.
 - 3) Meningkatkan penjualan dan pendapatan perusahaan.
 - 4) Meningkatkan citra merek dan pengakuan merek di pasaran.
 - 5) Mendorong partisipasi konsumen dalam acara atau program promosi.
 - 6) Membangun hubungan jangka panjang antara perusahaan dan konsumen.
- Kepuasan konsumen:
 - 1) Meningkatkan loyalitas konsumen terhadap merek atau perusahaan.
 - 2) Meningkatkan pengulangan pembelian dan retensi konsumen.
 - 3) Meningkatkan word-of-mouth positif dan rekomendasi dari konsumen kepada orang lain.
 - 4) Mengurangi tingkat keluhan dan pengembalian produk.
 - 5) Meningkatkan citra perusahaan dan reputasi di mata konsumen.
 - 6) Memperkuat hubungan jangka panjang antara perusahaan dan konsumen.

Promosi yang efektif dapat menghasilkan peningkatan kesadaran dan minat konsumen, yang pada gilirannya dapat meningkatkan penjualan dan pendapatan perusahaan. Kepuasan konsumen yang tinggi dapat membawa manfaat jangka panjang berupa loyalitas, rekomendasi, dan reputasi yang baik.

PEMBAHASAN

Permasalahan yang dihadapi oleh UMKM Halaman Rumah adalah kurangnya pemanfaatan media sosial Instagram dan konten TikTok dalam mempromosikan produknya. Akibatnya, tingkat kepuasan konsumen menurun. Promosi yang efektif melalui media sosial dapat meningkatkan visibilitas, jangkauan, dan kesadaran konsumen terhadap produk atau layanan yang ditawarkan oleh UMKM.

Pertama-tama, penting bagi UMKM Halaman Rumah untuk memahami potensi media sosial dalam mempromosikan produk mereka. Instagram dan TikTok adalah platform yang populer dan memiliki jangkauan yang luas di kalangan pengguna aktif. Dengan memanfaatkan keduanya, UMKM dapat menjangkau khalayak yang lebih luas, menciptakan konten yang menarik dan relevan, serta membangun hubungan yang lebih baik dengan konsumen potensial.

Solusi untuk permasalahan ini adalah:

1. Membangun kehadiran yang kuat di Instagram: UMKM Halaman Rumah harus menciptakan akun bisnis yang menarik di Instagram dan secara konsisten memposting konten berkualitas, seperti gambar produk yang menarik dan deskripsi yang informatif. Mereka juga dapat memanfaatkan fitur-fitur seperti cerita Instagram dan live streaming untuk menghasilkan interaksi langsung dengan pengikut mereka.
2. Menciptakan konten menarik di TikTok: UMKM Halaman Rumah dapat menggunakan TikTok untuk menciptakan video singkat dan kreatif yang memperkenalkan produk mereka dengan cara yang unik. Mereka dapat memanfaatkan tren dan tantangan yang sedang viral untuk menarik perhatian pengguna TikTok yang lebih banyak.
3. Berinteraksi dengan pengikut: UMKM Halaman Rumah harus aktif berinteraksi dengan pengikut mereka di kedua platform tersebut. Menanggapi komentar, mengadakan kuis atau giveaway, dan menjawab pertanyaan pengguna dapat meningkatkan keterlibatan dan memperkuat hubungan dengan konsumen.
4. Menggunakan influencer dan kolaborasi: UMKM Halaman Rumah dapat bekerja sama dengan influencer atau pengguna populer di Instagram dan TikTok yang memiliki

audiens yang relevan. Melalui kolaborasi ini, mereka dapat memperluas jangkauan promosi mereka dan meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk mereka.

5. Mengukur dan mengevaluasi hasil: Penting untuk memantau dan mengukur efektivitas kampanye promosi di Instagram dan TikTok. UMKM Halaman Rumah dapat menggunakan alat analitik yang disediakan oleh kedua platform tersebut untuk melacak kinerja postingan, tingkat keterlibatan pengguna, dan konversi penjualan. Data ini dapat membantu mereka mengevaluasi strategi promosi mereka dan membuat penyesuaian jika diperlukan.
6. Dengan mengimplementasikan solusi-solusi ini, UMKM Halaman Rumah dapat meningkatkan promosi produk mereka melalui Instagram dan TikTok, yang pada gilirannya akan meningkatkan kepuasan konsumen dan mendukung pertumbuhan bisnis mereka.

SIMPULAN

Permasalahan yang dihadapi oleh UMKM Halaman Rumah adalah kurangnya pemanfaatan media sosial Instagram dan konten TikTok dalam upaya promosi. Hal ini mengakibatkan penurunan tingkat kepuasan konsumen.

Kesimpulan dari pembahasan ini adalah bahwa dalam era digital saat ini, pemanfaatan media sosial seperti Instagram dan TikTok sangat penting bagi UMKM untuk mempromosikan produk atau layanan mereka. Dengan kurangnya pemanfaatan media sosial tersebut, UMKM Halaman Rumah mengalami penurunan kepuasan konsumen.

Dalam mengatasi permasalahan ini, saran untuk UMKM Halaman Rumah perlu mengambil langkah-langkah berikut:

1. Memperkuat kehadiran online: UMKM harus aktif dalam membangun dan mengelola akun Instagram yang menarik dan konten TikTok yang relevan dengan produk mereka. Hal ini akan membantu mereka meningkatkan visibilitas dan daya tarik bagi konsumen potensial.
2. Meningkatkan kualitas konten: UMKM harus fokus pada pembuatan konten yang menarik dan berkualitas tinggi, baik dalam bentuk gambar, video, maupun teks. Konten tersebut harus mampu menginformasikan, menginspirasi, dan mengundang interaksi dari konsumen.
3. Mengenal target pasar: UMKM perlu memahami siapa target pasar mereka dan apa yang mereka inginkan. Dengan pemahaman yang baik tentang preferensi dan kebutuhan konsumen, UMKM dapat mengarahkan upaya promosi mereka dengan lebih efektif.

4. Menggunakan strategi promosi yang tepat: Selain media sosial, UMKM juga dapat mempertimbangkan penggunaan influencer atau kolaborasi dengan komunitas terkait. Menggunakan strategi promosi yang sesuai dengan target pasar dapat membantu meningkatkan kesadaran merek dan kepuasan konsumen.
5. Meningkatkan interaksi dan tanggapan: UMKM harus secara aktif terlibat dengan pengikut dan pelanggan potensial melalui media sosial. Mereka perlu merespons pertanyaan, komentar, dan masukan konsumen dengan cepat dan sopan. Ini akan memperkuat ikatan dengan konsumen dan meningkatkan kepuasan mereka.

Dengan mengimplementasikan langkah-langkah ini, UMKM Halaman Rumah dapat memanfaatkan media sosial dengan lebih efektif untuk mempromosikan produk mereka dan meningkatkan kepuasan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Lasander, C. (2013). Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Promosi Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Makanan Tradisional. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(3), 284–293.
- Putra, E. Y., Ng, D., Wilson, J., Alvina, J., & Ng, S. (2022). Peningkatan Pelayanan Pelanggan Dan Promosi Umkm La Sano Life Untuk Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Dan Angka Penjualan. *Abdi Wina Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 31. <https://doi.org/10.58300/abdiwina.v2i1.257>
- Saifuddin, M. (2021). Digital Marketing : Strategi Yang Harus Dilakukan Umkm Saat Pandemi Covid-19. *Jurnal Bisnis Terapan*, 5(1), 115–124. <https://doi.org/10.24123/jbt.v5i1.3028>
- (Lasander, 2013) Lasander, C. (2013). Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Promosi Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Makanan Tradisional. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(3), 284–293.
- Putra, E. Y., Ng, D., Wilson, J., Alvina, J., & Ng, S. (2022). Peningkatan Pelayanan Pelanggan Dan Promosi Umkm La Sano Life Untuk Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Dan Angka Penjualan. *Abdi Wina Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 31. <https://doi.org/10.58300/abdiwina.v2i1.257>
- Saifuddin, M. (2021). Digital Marketing : Strategi Yang Harus Dilakukan Umkm Saat Pandemi Covid-19. *Jurnal Bisnis Terapan*, 5(1), 115–124. <https://doi.org/10.24123/jbt.v5i1.3028>