

# Strategi Promosi dan Membangun Image pada Media Digital/Online

<sup>1)</sup>Harris Kristanto, <sup>2)</sup> Alden Nelson

<sup>1,2)</sup>Program Studi Manajemen, Bisnis dan Manajemen, Universitas Internasional Batam, Indonesia

Email: <sup>1</sup>[1941089.harris@uib.edu](mailto:1941089.harris@uib.edu), <sup>2</sup>[aldenn2007@gmail.com](mailto:aldenn2007@gmail.com)

## INFORMASI ARTIKEL

## ABSTRAK

### Kata Kunci:

Digital Marketing  
Internet  
Promosi  
Sosial Media  
Strategi

Kegiatan menganalisa UMKM Planet Electronics dan penerapan strategi digital marketing ini bertujuan untuk membantu mitra agar mengerti dan bisa menggunakan media social atau internet dalam melakukan kegiatan promosi produk-produk elektronik mitra. Masalah yang dihadapi oleh mitra adalah kurangnya pemahaman dan tidak mengerti bagaimana cara menggunakan media digital untuk melakukan berbagai macam sistem pemasaran salah satunya adalah promosi. Dari permasalahan ini membuat penulis berupaya atau berencana untuk memberikan pengetahuan dan pengembangan mengenai pentingnya penggunaan media ditital pada zaman. Salah satu cara untuk dapat mewujudkan hal tersebut adalah dengan cara menerapkan strategi digital marketing. Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian ini adalah dengan melakukan observasi langsung ke lokasi mitra dan melakukan wawancara kepada pemilik usaha. Berdasarkan data yang telah terkumpul, ditemukan beberapa permasalahan seperti: mitra tidak mengerti cara menggunakan internet dan sosial media sebagai sarana untuk promosi, mitra tidak mengerti bagaimana cara melakukan promosi yang menarik dan tepat, mitra juga tidak mengerti bagaimana caranya untuk memberikan diskon diskon yang menarik. Strategi yang digunakan oleh penulis adalah untuk melakukan promosi di sosial media, sosial media yang penulis pakai adalah Instagram. Dengan menggunakan Instagram penulis melakukan promosi dan memberikan diskon diskon serta membership yang menarik sehingga dapat menarik minat pelanggan dan membuat mitra lebih dikenal masyarakat luas.

## ABSTRACT

### Keywords:

Digital Marketing  
Internet  
Promotion  
Social Media  
Strategy

The activity of analyzing UMKM Planet Electronics and implementing digital marketing strategies aims to help partners understand and be able to use social media or the internet in carrying out promotional activities for partners' electronic products. The problem faced by partners is a lack of understanding and do not understand how to use digital media to carry out various kinds of marketing systems, one of which is promotion. From this problem, the author tries or plans to provide knowledge and development regarding the importance of using digital media in this era. One way to make this happen is by implementing a digital marketing strategy. The method used in this community service activity is to make direct observations at partner locations and conduct interviews with business owners. Based on the data that has been collected, several problems were found, such as: partners do not understand how to use the internet and social media as a means for promotion, partners do not understand how to do attractive and appropriate promotions, partners also do not understand how to provide attractive discounts. The strategy used by the author is to carry out promotions on social media, the social media that the author uses is Instagram. By using Instagram, the authors carry out promotions and provide attractive discounts and memberships so that they can attract customer interest and make partners more widely known to the public

This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.



## I. PENDAHULUAN

Menurut undang undang No.20 Tahun 2008 tentang UMKM bab 1 pasal 1 UMKM adalah usaha produktif milik perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro. Contohnya adalah usaha kecil yang berdiri

perorangan. Usaha yang sedang berkembang pasti memiliki banyak masalah salah satunya adalah minimnya mediapromosi untuk memasarkan produk yang telah dihasilkan (Oliver, 2017). Banyak UMKM yang hanya menggunakan promosi seadanya, salah satu promosi yang dilakukan adalah dengan memberikan informasi dari mulut ke mulut. Ketika membuka usaha, usahakecil, menengah sampai usaha yang besar pasti ada yang namanya persaingan. Persaingan adalah dimana beberapa usaha yang bersaing untuk mencari keuntungan dengan cara melakukan strategi baru yang dapat mengembangkan usaha (Halim, 2020).

Mengingat adanya banyak pesaing dalam usaha, usaha elektronik juga terus meningkat, jadi pihak UMKM harus meningkatkan kepuasan pembelian dari konsumen untuk menciptakan suatu hubungan dengan pelanggan atau calon pelanggan agar usaha tersebut bisa sukses ketika memasarkan produknya. Jika keputusan pembelian dari pelanggan belum tercapai, maka UMKM harus memperhatikan berbagai hal seperti promosi produk dan apakah persepsi harga dapat disesuaikan dengan pelanggan untuk menentukan membeli produk. Dengan demikian, perusahaan harus merancang strategi agar bisa menarik perhatian pelanggan mengenai produk yang akan ditawarkan. Dalam dunia bisnis usaha yang semakin meningkat akan menimbulkan tantangan yang harus dihadapi (Hidayat et al., 2022).

Salah satu mitra yang menjadi lokasi tempat pengabdian adalah toko Planet Electronics yang merupakan UMKM dimana menjual berbagai macam barang elektronik mulai dari Kulkas, Televisi, Kamera, dll. Lokasi UMKM Planet Electronics terletak di Batam, Bumi Indah blok I no 21-22. Waktu operasional tempat ini yaitu pada jam 08.00 pagi hingga jam 08.00 malam setiap harinya. Jumlah karyawan pada UMKM ini sebanyak 4 orang dan tidak termasuk bagian *accounting* dan *marketing* yang masih dipegang oleh Bapak Beby.

Target dari keberhasilan pelaksanaan kegiatan dalam mengatasi persoalan mitra adalah dengan menerapkan strategi diskon, iklan, kupon belanja, dan membership pada pelanggan dan calon pelanggan. Target utama dari kegiatan ini adalah agar mitra lebih memahami dengan adanya sosial media dapat memasarkan produk lebih mudah dan lebih cepat mendapatkan pelanggan baru. Dengan adanya sosial media dapat memberikan informasi yang menarik kepada calon pelanggan dan calon pelanggan akan tertarik untuk membeli produk tersebut. Adanya strategi yang benar, UMKM Planet Electronics bisa dikenal oleh banyak orang.

Hal yang sangat perlu dilakukan dalam penerapan strategi diskon adalah dengan cara memberikan diskon terhadap produk-produk yang ada di UMKM Planet Electronics yang barangnya kurang laku sehingga banyak peminat yang tertarik sehingga barang-barang produk lama dapat dijual. Strategi promosi, kupon belanja, dan membership.

## II. MASALAH

Masalah yang dihadapi oleh UMKM ini adalah kurangnya update terhadap apa yang sedang trend di sekarang karena perusahaan Planet Electronics tidak mengikuti perkembangan zaman dan masih menjual barang-barang elektronik keluaran lama bukan keluaran yang terbaru. UMKM Planet Electronics masih mengalami penurunan penjualan. Penurunan hasil penjualan ini dikarenakan kurangnya strategi promosi di dunia internet dan di media social. Dengan strategi yang tepat seperti mempromosikannya di media social dan mengimport barang-barang elektronik yang terbaru dan diminati oleh warga Indonesia akan membuat Perusahaan Planet Electronics lebih dikenal oleh masyarakat, meningkatkan penjualan setiap periode, dan menghasilkan profit yang tinggi. Perusahaan harus memerhatikan apa barang elektronik yang diminati oleh warga Indonesia agar penjualan bisa lancar, perusahaan juga harus menyesuaikan media beriklan agar kegiatan promosi dapat berkembang. Langkah suatu perusahaan untuk meningkatkan penjualan produk yang dihasilkan salah satunya dengan menggunakan promosi. Bentuk dari promosi adalah diskon, kupon dan undian.



Gambar 1. Store Planet Electronics

### III. METODE

#### A. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data sangatlah penting untuk keberhasilan dari kerja praktek. Data yang ada di pengumpulan data akan dibuat menjadi sebuah hasil laporan. Adapun metode pengumpulan data yang dipakai penulis dalam kerja praktek ini dalam perusahaan Planet Electronics:

1. Observasi

Menurut Sugiyono (2018:229) Observasi adalah Teknik pengumpulan data yang mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan Teknik yang lain. observasi adalah suatu metode yang digunakan dengan cara mengunjungi langsung ke perusahaan Planet Electronics dan mengamati perusahaan tersebut dan melakukan pendataan secara langsung

2. Wawancara

Menurut estenberg dalam Sugiyono (2015:72) wawancara adalah pertemuan yang dilakukan oleh dua orang untuk bertukar informasi mapupun suatu ide dengan cara bertanya jawab sehingga dapat dibentuk menjadi sebuah kesimpulan atau makna dalam topik tertentu. wawancara yang dimaksud disini adalah dengan menanyakan pertanyaan pertanyaan yang berhubungan dengan perusahaan Planet Electronics untuk mendapatkan dan mengumpulkan data dari perusahaan Planet Electronics. Dalam wawancara tersebut, Pemilik UMKM dari Planet Electronics menjelaskan bahwa kondisi UMKM sekarang sangat sepi dan penjualannya terus menurun

3. Dokumentasi

Menurut Sugiyono (2018:476) Dokumentasi adalah suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi dalam bentuk buku, arsip, dokumen, tulisan angka dan gambar yang berupa laporan serta keterangan yang dapat mendukung penelitian. Dokumentasi ini digunakan untuk mendapatkan data UMKM Planet Electronics dan menyimpan kepentingan informasi yang terkait didalam penelitian ini

#### B. Proses Perancangan Luaran

Tahapan proses perancangan promosi penjualan dalam membantu pemilikUMKM mengembangkan usahanya :

1. Tahap pertama adalah melakukan survey lapangan untuk Planet Electronics. Planet Electronics adalah tempat yang dipilih oleh peneliti untuk melakukan kerja praktik. Alasan peneliti memilih Planet Electronics adalah karena perusahaan ini sudah termasuk sepi dan tidak mengerti tentang promosi melalui social media jadi peneliti ingin membantu UMKM ini melakukan promosi promosi salah satunya promosi melalui media social

2. Tahap kedua adalah mencari akar permasalahan yang dihadapi oleh PT.Planet Electronics, mencari tahu apa saja masalah yang dihadapi oleh PT.Planet Electronics selama berjalannya usaha, dan setelah

- menemukan permasalahannya maka peneliti harus mencari solusi untuk masalah tersebut agar pengusaha dapat mengelola perusahaannya dengan baik
3. Tahap ketiga adalah penulis membuat perancangan luaran akun sosialmedia yang berupa Instagram untuk usaha PT. Planet Electronics
  4. Tahap keempat adalah dimana tahap untuk memposting foto-foto Electronics di Instagram, *me-review* produk tersebut agar pelanggan dan calon pelanggan dapat melihat serta membuat beberapa promosi menarik untuk pelanggan dengan harga cocok dan kualitas yang bagus.
  5. Tahap akhir adalah tahap finalisasi dan monitoring, yang dimana tidak adanya perubahan atau tambahan yang diperlukan lagi sehingga perancangan ini dapat berjalan dengan baik

#### IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

##### A. Perancangan Luaran Kegiatan

Perancangan system yang digunakan dari kerja praktek ini adalah untuk mempromosikan bisnis mitra di social media dan mengajarkan mitra agar mitra mengerti tentang digital marketing. Hasil laporan yang dihasilkan oleh strategi promosi di media social dan berbagai macam promosi lainnya seperti pemberian kupon diskon dan membership yang dibuat diharapkan dapat membantu UMKM Planet Electronics dalam mempromosikan perusahaannya serta meningkatkan keterlibatan pelanggan. Strategi yang dibuat adalah sebagai berikut:

##### 1. Digital Marketing

*Digital Marketing* adalah suatu kegiatan pemasaran atau promosi suatu brand menggunakan media digital atau social media. Pemasaran internet hanyalah salah satu aspek pemasaran digital; ada beberapa aspek lain juga contohnya seperti iklan *pay per click (PPC)*. *PPC* adalah iklan yang dikenakan biaya setiap ada pengunjung atau customer yang menekan tayangan iklan. Tayangan iklan dari *PPC* bisa dibeli melalui Google Ads sehingga iklan tersebut dapat muncul di berbagai macam website. Customer dapat menghubungi UMKM Planet Electronics secara langsung melalui WhatsApp atau Dm Instagram. pemasaran digital untuk produk UMKM Planet Electronics adalah dengan menggunakan media social Instagram. Dengan Instagram UMKM Planet Electronics melakukan strategi Endorse kepada Artis artis terkenal dan juga menyewa iklan langsung melalui Instagram. Target pasar dari UMKM Planet Electronics adalah untuk orang-orang yang sedang mencari barang-barang elektronik yang murah dan banyak pilihannya. Penulis juga melakukan promosi Bersama salah satu streamer /influencer.

##### 2. Promosi

Sistem promosi yang akan dilakukan adalah melakukan promosi kepada calon pelanggan yang dapat mengetahui informasi produk yang ada melalui media social. Selain itu pelanggan di UMKM Planet Electronics bisa menjadi semakin tertarik dengan adanya kupon belanja dengan minimal pembelian Rp.3.000.000,00 akan mendapatkan kupon belanja dengan pembelian selanjutnya sebesar 10%. Cara lain yang dilakukan oleh Mitra dengan menggunakan system membership dimana customer hanya perlu membayar sebesar Rp 1.000.000 untuk satu tahun dan bisa digunakan sebanyak 10x. dan customer dapat menggunakan membership dengan potongan harga sebesar 10% untuk setiap pembelian.

##### B. Proses Implementasi Luaran

Setelah perancangan strategi promosi social media selesai dirancang, maka tahap selanjutnya yang dilakukan penulis adalah membantu mempromosikan barang elektronik baru tersebut dengan strategi yang telah dibuat untuk UMKM Planet Electronics. Penulis berharap dengan adanya strategi *digital marketing* yang dilaksanakan dapat membantu UMKM Planet Electronics menjadi lebih efektif dan efisien dalam penjualan barang elektronik tersebut. Penulis melakukan tahap implementasi kepada salah satu akun Instagram yang cukup terkenal dan mempromosikan alat-alat elektronik disana.



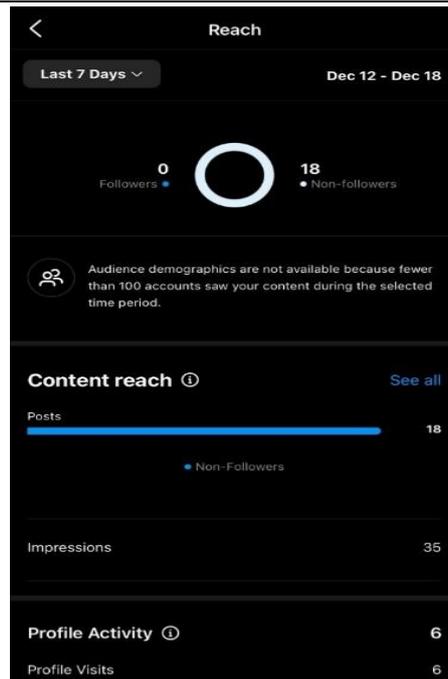
Gambar 2. Promosi pada Instastory Instagram



Gambar 3. Kartu Discount dan Membership

### C. Kondisi Setelah Implementasi

Kondisi setelah adanya implementasi dengan adanya strategi *digital marketing* ini maka perusahaan mampu mempromosikan perusahaan nya dengan strategi *digital marketing* yang baru, jadi perusahaan tidak perlu menggunakan strategi *digital marketing* tradisional lagi, ini akan sangat menghemat waktu dan juga lebih efektif dalam melakukan promosi perusahaan dan keterlibatan pelanggan. UMKM Planet Electronics juga mengalami peningkatan terutama peminat yang semakin banyak dan pengunjung toko meningkat sebesar 10%.



Gambar 4. Insight Jumlah Pengunjung Akun Media Sosial Instagram

## V. KESIMPULAN

Kesimpulan yang dapat dibuat dari kegiatan kerja praktek dimana UMKM Planet Electronics yang belum menerapkan pemasaran melalui internet atau social media seperti Instagram maka saat ini Mitra sudah semakin dengan oleh calon pelanggan dan pelanggan terhadap produk yang dijual . Oleh karena itu sangat penting untuk melakukan promosi barang elektronik dari UMKM Planet Electronics untuk menarik customer baru agar Customer baru tertarik untuk membeli barang elektronik yang disediakan karena strategi Promosi melalui internet sangatlah penting dan efektif di era ini. Dengan metode strategi promosi di internet ini dapat membantu bisnis untuk meningkatkan interaksinya dengan pelanggan dan UMKM Planet Electronics dapat lebih diingat oleh para customer.

Berdasarkan kesimpulan diatas, penulis dapat memberikan saran dan rekomendasi kepada UMKM Planet Electronics seperti (1) Strategi *digital marketing* yang diberikan oleh peneliti dapat terus diterapkan sehingga UMKM nya juga bisa semakin maju dan berkembang. (2) Penulis berharap bahwa mitra dapat terus melanjutkan strategi strategi yang penulis berikan seperti strategi promosi di sosial media, terus memberikan promosi promosi yang menarik. (3) Penulis berharap bahwa mitra dapat melakukan promosi tidak hanya di Instagram namun dapat di sosial media lainnya seperti di facebook atau di google.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada pemilik UMKM Planet Electronics yang telah memberikan kesempatan untuk melakukan kegiatan kerja praktek ini, dan sepenuhnya memberikan dukungan demi kelancaran kegiatan ini. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak terkait yang senantiasa membantu penulis dalam menjalankan program pengabdian kepada masyarakat ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ambarita, R. P., & Vanel, Z. (2022). Analysis Promotion Mix Strategies of Andjani Indonesia Semarang to Increase Sales in The Pandemic. *Enrichment: Journal of Management*, 12(2), 1936–1946.
- Etzel, M. J., Walker, B. J., & Stanton, W. J. (2001). *Marketing*. McGraw-Hill/Irwin.

- 
- Halim, A. (2020). Pengaruh Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Mamuju. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Pembangunan*, 1(2), 157–172. <https://stiemmamuju.e-journal.id/GJIEP/article/view/39>
- Hidayat, A., Lesmana, S., & Latifah, Z. (2022). Peran Umkm (Usaha, Mikro, Kecil, Menengah) Dalam Pembangunan Ekonomi Nasional. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 3(6), 6707–6714.
- Kristanto, J., Soleh, A. K., Al Idrus, S., & Raya, M. K. F. (2021). Promotion mix Nahdlatul Ulama University of Surabaya to increase new student's interest. *Al-Tanzim: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 5(2), 1–14
- Ningtyas, M. (2014). Penerapan Metode Laba Kotor Unt. *Metode Penelitian*, 32–41.
- Oliver, J. (2017). Evaluasi Bauran Promosi Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Claine. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Rosyad, U. N. (2011). Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terhadap Perluasan Pangsa Pasar. *Mimbar: Jurnal Sosial Dan Pembangunan*, 27(2), 209–220.
- STEI INDONESIA. (2017). Bab iii metoda penelitian 3.1. *Bab III Metoda Penelitian, Bab iii me*, 1–9
- Sugiono, E., Nurwulandari, A., & Khairina, F. (2021). The Effect of Promotion Mix on Sales Performance Mediated by Customer Loyalty at Paul Bakery Kota Kasablanka Jakarta. *ENDLESS: International Journal of Future Studies*, 4(1), 93–111