

Analisis Strategi Pemasaran Digital Marketing yang Efektif Untuk Meningkatkan Penjualan pada Manik-manik

Haniifah Rosyaadah¹, Faustina Zahra², Jessika³, Simah Ardillah Hassa⁴

^{1,2,3,4} Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pamulang

E-mail: haniifahrosyaadah29@gmail.com

Diterima 01/April/2024 | Direvisi 10/April/2024 | Disetujui 23/Mei/2024

Abstract

The beading business is one of the biggest bead businesses in the city of Bogor, West Java. This business is quite famous for good souvenirs because it has good product quality as a marketing strategy. In an effort to expand the marketing of this beading business began to use digital technology that is expected to be able to reach a wider market. Marketing mix or marketing mix strategies that include products (products), prices (price), places (places) and promotion (promotion). Analysis of Effective Digital Marketing Strategies is the key to increasing the sale of beads products.

Keywords: Digital Marketing, Sales

Abstrak

Usaha Manik-manik menjadi salah satu usaha manik - manik terbesar di Kota Bogor, Jawa Barat. Usaha ini cukup terkenal dengan cendramata yang baik karena memiliki kualitas produk yang bagus sebagai strategi pemasarannya. Dalam upaya memperluas pemasaran usaha manik-manik ini mulai menggunakan teknologi digital yang diharapkan mampu menjangkau pasar yang lebih luas. Strategi bauran pemasaran ataupun marketing mix yang meliputi produk (product), harga (price), tempat (place) dan promosi (promotion). Analisis strategi pemasaran digital yang efektif merupakan kunci untuk meningkatkan penjualan produk manik-manik.

Kata kunci: Digital Marketing, Penjualan

1. PENDAHULUAN

Dalam era digital yang terus berkembang pesat, pemasaran digital menjadi salah satu aspek yang krusial bagi perusahaan dalam mempromosikan produk mereka secara efektif. Salah satu produk yang semakin populer dan diminati adalah manik-manik, yang memiliki pasar yang potensial untuk dieksplorasi melalui strategi pemasaran digital yang tepat. Penjualan produk manik-manik dapat ditingkatkan secara signifikan melalui implementasi strategi pemasaran digital yang efektif. Dengan memanfaatkan berbagai platform digital seperti media sosial, situs web, dan kampanye iklan online, analisis strategi pemasaran digital yang efektif menjadi sangat penting untuk memahami tren pasar, perilaku konsumen, dan strategi kompetitor. Menurut Smith A (2020) digital marketing strategies adalah dalam sebuah penelitian yang relevan, digital marketing strategies memiliki dampak yang signifikan pada pengalaman pelanggan. Penelitian tersebut menekankan pentingnya pemilihan strategi pemasaran digital yang tepat sesuai dengan kegiatan pemasaran untuk memaksimalkan pengalaman pelanggan.

Berdasarkan latar belakang tersebut, tim program pengabdian kepada masyarakat (PKM) universitas pamulang yang berjumlah 36 mahasiswa ikut serta dalam melakukan kegiatan praktek pembuatan aksesoris dari manik manik sebagai upaya contoh peluang bisnis yang bisa dilakukan bagi para siswa siswi di SMA PGRI Rumpin kab. Bogor. Dengan tema : "workshop praktek pembuatan aksesoris manik - manik sebagai peluang bisnis bagi anak muda."

2. METODE

Pada pemaparan materi mengenai digital marketing dan workshop kepada para siswa dan siswi, pengetahuan baru dengan membuat produk yang sedang trend di kalangan anak muda yaitu aksesoris gelang, kalung, cincin yang berbahan manik-manik. Pada akhir setiap diskusi tim PKM mengadakan sesi tanya jawab.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Tingkat pemahaman siswa dan siswi SMA PGRI Rumpin dalam memahami media digital marketing serta cara mengoptimalkan penggunaannya agar bisa menjadikan peluang usaha yang menjanjikan di masa yang akan datang. Tingkat produktifitas siswa dan siswi dalam melakukan kegiatan workshop pembuatan aksesoris agar menambah pengetahuan mereka mengenai produk kekinian, yang bisa mereka buat di waktu luang mereka supaya bisa menghasilkan karya sendiri serta mendapatkan penghasilan dari karya yang mereka pada saat kegiatan berlangsung. Menumbuhkan rasa semangat untuk menjadi pengusaha muda di masa depan.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan kegiatan pengabdian masyarakat ini merupakan salah satu bentuk kepedulian mahasiswa kepada anak muda seperti siswa-siswi di PGRI Rumpin untuk meningkatkan kemampuan penggunaan media digital berdasarkan perkembangan teknologi yang ada untuk menciptakan minat siswa dan siswi sebagai pengusaha muda masa yang akan datang. pemahaman yang utuh dan komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

- Ainulhaq, N., Nindya Purnawati, F., & Hikmatullah, H. (2024). Pendampingan Edukasi Anti Bullying Kepada Siswa SD Melalui Kegiatan Pengembangan Literasi Dengan Dongeng. *DEDIKASI PKM*, 5(2), 367-374. <https://doi.org/10.32493/dkp.v5i2.38910>
- Amalia Mulya, A., Rolanda, I., Istikomah, K., & Laksmiwati, M. (2024). Menumbuhkan Jiwa Kewirausahaan pada Generasi Z di SMK Insan Kamil Tartila Kecamatan Legok, Kabupaten Tangerang. *DEDIKASI PKM*, 5(2), 398-407. <https://doi.org/10.32493/dkp.v5i2.38966>
- Anugerah Lumbaa, E., Istianingrum, R., Ramadiansya, W., Febrian, I., Nur Alif, M., & Wulandari, W. (2024). Kegiatan Sosialisasi Mengenai Regulasi dan Keselamatan Berkendara di SMPN 019 Penajam Paser Utara serta Pemasangan Convex Mirror. *DEDIKASI PKM*, 5(2), 361-366. <https://doi.org/10.32493/dkp.v5i2.38880>
- Basri, M., Ulfah, M., Purwaningsih, E., Warneri, W., Kuswanti, H., & Budiman, J. (2024). Pelatihan Penerapan Immersive Learning Dalam Pembelajaran Ekonomi Bagi Guru Ekonomi Kota Pontianak & Kabupaten Kubu Raya. *DEDIKASI PKM*, 5(2), 384-390. <https://doi.org/10.32493/dkp.v5i2.38923>
- Christopher Bradley Budiono, Rachel Cintantya, Adelynn Regina Gunawan, & Njo Anastasia. (2024). Membangkitkan Minat, Membangun Masa Depan: Pembelajaran Interaktif dengan 'Kebutuhan Keluargaku' untuk Siswa TK Bina Bunga Bangsa Surabaya. *DEDIKASI PKM*, 5(2), 433-441. <https://doi.org/10.32493/dkp.v5i2.39009>
- Damayanti, R., Sopiya, M., & Maharani, M. (2024). Sosialisasi Mengenai Cara Pembuatan Pembukuan Dalam Akuntansi Dasar di Panti Asuhan Al Farhan Yayasan Darussalam. *DEDIKASI PKM*, 5(2), 340-344. <https://doi.org/10.32493/dkp.v5i2.38813>

- Febriani, D. H., Pujiastuti, T. T., & Kurniastuti, M. (2024). Pemberdayaan Masyarakat Dalam Pengolahan Daun Salam Sebagai Terapi Komplemen Diabetes dan Hipertensi di Dusun Medelan. *DEDIKASI PKM*, 5(2), 479–484. <https://doi.org/10.32493/dkp.v5i2.39104>
- Hasanah, T., Markus, M., Hartini, I., Eduawar, R., Iskandar, I., & Sholiha, E. (2024). Pengembangan UMKM PPUMI Dengan Inovasi Produk Gula Aren Sebagai Upaya Peningkatan Bagi Masyarakat Desa Talang Pagar Agung Lahat Sumatera Selatan. *DEDIKASI PKM*, 5(2), 307–314. <https://doi.org/10.32493/dkp.v5i2.38656>
- Hendrik, M., Kodri, M. A. A., Juniawan, F. P., Yuliana, F., Anggraini, C. W., Almira, A., & Abadi, M. (2024). Workshop Ecoprint Berbasis Sumber Daya Lokal Bagi Kelompok Wanita Desa Simpang Tiga: Upaya Peningkatan Sosiopreneurship. *DEDIKASI PKM*, 5(2), 491–498. <https://doi.org/10.32493/dkp.v5i2.39165>
- Indriyani, E., Nursahwal, N., Rahman, N. R., M, N., Yaqin, A., & Sujiman, R. A. (2024). Increasing Production Capacity through Halal Product Process Assistance to SMEs in Bajeng District, South Sulawesi. *DEDIKASI PKM*, 5(2), 464–470. <https://doi.org/10.32493/dkp.v5i2.39073>
- Karima, F. H., Royana, I. F., Kustantinah, I., & Hidayat, N. (2024). Pendampingan Kesehatan Fisik dan Mental dalam Rangka Pencegahan Depresi Remaja Kelurahan Pagerwojo Kabupaten Kendal. *DEDIKASI PKM*, 5(2), 471–478. <https://doi.org/10.32493/dkp.v5i2.39106>
- Lady, L., & Fitri, A. M. (2024). Optimalisasi Penggunaan Social Media dan Peningkatan Strategi Marketing Pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah: Bahasa Indonesia. *DEDIKASI PKM*, 5(2), 286–297. <https://doi.org/10.32493/dkp.v5i2.38032>