

digital dan bagaimana hal itu dapat meningkatkan pendapatan, serta bagaimana memanfaatkannya secara efektif.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Merencanakan Strategi Pemasaran Dapur Mommy Menggunakan Digital Marketing**

Perencanaan Strategi pemasaran bagi suatu perusahaan sangat penting dikarenakan strategi yang dirancang akan memengaruhi bagaimana cara kerja perusahaan dari produksi hingga memasarkan ke konsumen. Perencanaan strategi diawali dengan perencanaan sosial media apa saja dan platform apa saja yang akan digunakan Dapur Mommy untuk meningkatkan penjualan dan mengembangkan usaha Dapur Mommy agar dikenal lebih luas oleh masyarakat. Setelah melakukan survey dan diskusi bersama pemilik UMKM, akhirnya dipilih website, instagram, dan video youtube sebagai media pemasaran produk Dapur Mommy.



Gambar 1 Diskusi Pembuatan Startegi Pemasaran

### **Pelaksanaan Pemasaran Digital Melalui Instagram dan Website untuk Meningkatkan Penjualan Produk Kue Kering dan Catering Dapur Mommy**

Setelah menerapkan perencanaan digital marketing melalui website, instagram, dan video youtube maka selanjutnya adalah pelaksanaan dan implementasi. Implementasi adalah penerapan atau pelaksanaan, adanya suatu kegiatan, tindakan, aksi atau mekanisme sistem yang mengarah pada adanya bukan hanya suatu kegiatan, tetapi suatu kegiatan yang direncanakan dan suatu kegiatan yang dilakukan untuk mencapai suatu tujuan. Pelaksanaan implementasi bersifat komprehensif dan terbuka terhadap berbagai hasil pelaksanaan yang telah dilakukan.

Tahap pertama yaitu membuat website, untuk menghasilkan website yang menarik perlu adanya pendampingan dalam pembuatan website UMKM, isi dari website juga diharuskan berisi informasi lengkap mengenai penjelasan singkat, lokasi atau alamat, menu,

daftar harga, nomor dan media sosial yang bisa dihubungi untuk pemesanan, serta desain pengaturan laman website semenarik mungkin.



Gambar 2 Website UMKM Dapur Mommy

Tahap kedua yaitu membuat akun Instagram dengan alamat email UMKM dan membuat username yang menarik. Setelah itu membuat desain bagaimana feeds dan story instagram diatur dan dijalankan. Lalu memberi caption menarik perhatian pelanggan dan aktif berhubungan dengan followers serta disarankan membuat promo atau diskon di hari-hari tertentu agar calon pelanggan antusias untuk memesan produk dari UMKM Dapur Mommy.



Gambar 3 Instagram UMKM Dapur Mommy

Tahap Ketiga yaitu pembuatan video YouTube, diawali dengan syuting pembuatan produk-produk Dapur Mommy dan kemudian dilanjutkan dengan proses editing video. Kemudian setelah editing video selesai maka video di upload ke YouTube dan menambahkan caption serta hashtag yang menarik.



Gambar 4 Video Profil UMKM Dapur Mommy

### **Pengawasan Pemasaran Digital Melalui Instagram dan Website untuk Meningkatkan Penjualan Produk Kue Kering dan Catering Dapur Mommy**

Pengawasan pemasaran digital sangat penting dilakukan setelah pelaksanaan. Hal ini dapat dilakukan oleh pemilik usaha untuk selalu memantau dan mengawasi jalannya sosial media dan pemesanan. Pengawasan website, instagram, dan youtube dapat dilihat dengan meningkat atau tidaknya pesanan produk UMKM Dapur Mommy selain itu juga dapat dilihat dari aktivitas di instagram dan youtube apakah interaksi antara penjual dan pembeli sudah ada atau belum, apakah video telah dilihat banyak orang, hal tersebut yang nantinya dapat dievaluasi dan dapat diperbarui dengan inovasi baru yang kreatif dalam segi pemasaran.

### **Hambatan dari Pemasaran Digital Melalui Instagram dan Website untuk Meningkatkan Penjualan Produk**

Pembahasan ini bertujuan untuk mengetahui hambatan atau kesulitan yang dihadapi UMKM Dapur Mommy saat menggunakan digital marketing. Kendala yang di alami UMKM Dapur Mommy dalam menggunakan digital marketing website, instagram, dan youtube yaitu koneksi internet kurang stabil, pemilik usaha kurang ahli menggunakan aplikasi instagram, pesanan yang membludak akibat dari digital marketing dan Dapur Mommy mengatasi pesanan yang membludak ini dengan mengaakan sistem Pre-Order (PO).

Cara mengatasi berbagai masalah UMKM yang ada di Kelurahan Rembang dan khususnya UMKM Dapur Mommy yaitu :

- Karena kuantitas yang kecil dan kualitas yang kurang bersaing dari barang yang diproduksi, seringkali merupakan unit perusahaan keluarga dengan jaringan bisnis yang relatif kecil dan kemampuan penetrasi pasar yang rendah. dibandingkan dengan perusahaan besar, yang sudah memiliki jaringan yang kuat, dukungan teknologi yang

dapat digunakan secara global, dan pemasaran yang efektif. Dengan meningkatkan kualitas produk, pelaku usaha berupaya mengatasi jaringan usaha yang kurang baik dan berekspansi ke sektor perusahaan kecil. Mengapa? Karena kualitas produk yang tinggi menciptakan kualitas produk yang baik, yang menghasilkan produk kompetitif yang siap bersaing di pasar.

- Kesalahan dalam perencanaan perusahaan yang tidak diperhitungkan terlebih dahulu adalah memiliki target pasar yang terlalu luas. Pelaku UMKM biasanya membuat tujuan pemasaran untuk semua orang; mereka semata-mata mempertimbangkan untuk memaksimalkan keuntungan bagi perusahaan mereka dengan mengorbankan pertimbangan lain. mengatasi target pasar yang terlalu besar dengan memilih target pasar yang spesifik Tindakan selanjutnya yang harus dilakukan oleh seorang pengusaha adalah memilih target pasar yang spesifik setelah mengetahui lebih jauh tentang produk yang diinginkan pelanggan. Ada tiga jenis target pasar yang berbeda: segmentasi, ceruk pasar, dan pasar individu.
- Minimnya web marketing yang dilakukan pemilik usaha menjadi salah satu penyebab produk UMKM kurang tersebar luas. Mungkin beberapa UMKM telah mempromosikan barangnya secara online menggunakan media sosial, situs web pasar, dll., Namun pada kenyataannya ini masih bukan tindakan terbaik. Akibatnya, hasilnya tidak ideal. Kunci bagi pemilik bisnis UMKM untuk memaksimalkan pemasaran online mereka adalah memilih saluran pemasaran online yang tepat, berkonsentrasi pada pemasaran di saluran tersebut, dan terus mengoptimalkannya. Misalnya, pemilik bisnis yang menjual kerajinan tangan harus mempromosikan barangnya di Instagram. Memasarkan barang-barang ini melalui platform lain, seperti Facebook atau situs web pasar, adalah sah. Untuk memulainya, lebih baik berkonsentrasi pada pemasaran melalui satu saluran. Kemudian, lakukan optimasi secara rutin untuk mendorong konversi dari pemasaran di channel tersebut. UMKM dapat terus meningkatkan saluran lain setelah berkonsentrasi pada satu saluran agar penjualan produk naik. Membuka peluang reseller/dropshipper untuk dicoba sangat bisa diterima. Penjualan jauh lebih mungkin terjadi ketika lebih banyak orang yang mendukung produk.

## **KESIMPULAN**

UMKM harus mampu bersaing secara efektif di pasar untuk menarik dan mempertahankan pelanggan setia. Pentingnya strategi retensi pelanggan harus lebih penting daripada memperoleh klien baru, menurut Ratela dan Taroreh (2016). Fokus pada awal proses