

IMPLEMENTASI MARKETING STRATEGI DIGITAL PADA START UP BISNIS TOSERBA PUTRA RAHAYU DI TASIKMADU KARANGANYAR

Lely Anggela, Zulfa Irawati, S.E., M.Si
Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Abstrak

Praktek Magang Wirausaha Merdeka ini bertujuan untuk mengetahui gambaran dan pengalaman nyata pada perusahaan profesional, meningkatkan kemampuan soft competency dan hard competency serta mampu mengidentifikasi peluang bisnis, pasar sasaran dan strategi pemasaran. Pelaksanaan magang pada tanggal 5 Oktober 2022 sampai dengan 5 November 2022 di Toserba Putra Rahayu yang berada di Jalan Jendral Gatot Subroto, Gaum, Tasikmadu, Karanganyar. Kegiatan utama yang dilakukan adalah praktik kerja, wawancara, observasi, pencatatan data, dokumentasi, dan membranding toko. Sedangkan pengambilan lokasi praktek magang secara dipilih oleh DPL (Dosen Pembimbing Lapangan). Toserba Putra Rahayu dipilih karena perusahaan tersebut merupakan perusahaan yang bergerak di bidang retail yang penjualannya masih menggunakan offline store. Hasil praktek menunjukkan bahwa dengan adanya peran mahasiswa selama magang mampu membantu perusahaan ritel khususnya toserba Putra Rahayu dalam mengidentifikasi peluang bisnis media sosial dan meningkatkan strategi pemasaran melalui konten-konten yang telah dibuat.

Kata Kunci: strategi digital marketing dan start up bisnis

Abstract

This Independent Entrepreneurial Internship practice aims to find out the picture and real experience in professional companies, improve soft competency and hard competency skills and be able to identify business opportunities, target markets and marketing strategies. The internship will be held from October 5, 2022 to November 5, 2022 at the Putra Rahayu Department Store located on Jalan Jendral Gatot Subroto, Gaum, Tasikmadu, Karanganyar. The main activities carried out are work practices, interviews, observation, data recording, documentation, and store branding. Meanwhile, the location of the internship practice is chosen by DPL (Field Supervisor). Putra Rahayu Department Store was chosen because the company is a company engaged in retail whose sales still use offline stores. The results of practice show that the role of students during the internship is able to help retail companies, especially Putra Rahayu department stores, in identifying social media business opportunities and improving marketing strategies through the content that has been created.

Keywords: digital marketing strategy and business start up

1. PENDAHULUAN

Digital Marketing telah mengubah cara pandang bisnis dan organisasi dalam berkomunikasi dengan audiens mereka. Dari semua alat pemasaran modern saat ini, digital marketing dan media sosial menjadi sangat trending, interaktif dan esensial. Digital marketing biasa disebut sebagai pendekatan, strategi, atau branding dan jualan melalui media digital. Digital marketing adalah pengembangan merek, produk, dan layanan secara online (Mandal, 2017).

Menurut Data Indonesia.id, jumlah pelaku usaha pada tahun 2015-2019 di Indonesia mencapai 65,47 juta unit pada tahun 2019. Jumlah tersebut telah mengalami kenaikan sebesar 1,98% jika dibandingkan dengan tahun sebelumnya yaitu sebesar 64,19 juta unit. Pada tahun 2021, Kominfo memfasilitasi dan mendampingi 26 ribu pelaku usaha untuk melakukan pemasaran melalui digital, dan pada tahun 2022, Kominfo menargetkan sebanyak 30 ribu pelaku usaha dapat melakukan pemasaran melalui digital mengikuti perkembangan zaman teknologi 4.0.

Digital Marketing merupakan manifestasi dari penerapan, penggunaan atau pemanfaatan teknologi dalam proses pemasaran (Ryan, 2014:4). Dengan adanya *digital marketing*, membuat para pelaku usaha saat melakukan promosi menjadi mudah dan praktis. Kemudahan digital marketing pada sebuah usaha menjadi fasilitas yang sangat nyaman dan lengkap dalam memberikan informasi kepada konsumen, tidak hanya berupa teks dan video, tetapi pelaku usaha dapat menyampaikan informasi berupa gambar maupun video yang mana, hal tersebut memudahkan konsumen dalam memvisualisasikan dan memberikan gambaran yang lengkap (Fantini & Tamba, 2020; Santoso & Bezaleel, 2018). (Wiwik Puspita Hadi, 2021) Dengan perkembangan teknologi saat ini diperlukan perubahan dalam strategi pemasaran yang memanfaatkan media online atau biasa disebut dengan *digital marketing*.

Penelitian oleh (Hendri Hermawan Adinugraha A. M., 2021) dengan judul “Analisis Strategi Pemasaran Melalui Digital Marketing Dalam Meningkatkan Omzet Penjualan Batik” pada penelitian ini membahas mengenai strategi digital marketing dalam perkembangan penjualan batik di Pekalongan. Persamaan dengan

penelitian ini yaitu membahas strategi digital marketing untuk meningkatkan omset, perbedaannya pada objek dan analisis, penelitian sebelumnya objek pada batik Pekalongan.

Digital marketing menjadi kegiatan pemasaran yang dilakukan dengan memanfaatkan media digital, media sosial dengan melalui internet. Digital marketing menjadi sarana dalam menggunakan teknologi digital yang digunakan oleh pelaku usaha atau produsen dalam memenuhi kebutuhan dari konsumen yang lebih efektif. Tentunya strategi digital marketing yang harus diterapkan oleh sebuah bisnis online yang baik untuk menarik minat konsumen dan meningkatkan penjualan untuk mengiklankan pelaku bisnis mana yang menjual pemasaran digital dapat dilakukan dengan membuat foto produk yang artistik yang dapat diedit di aplikasi canva, membuat konten video semenarik mungkin, dan menjalankan penjualan langsung secara rutin menggunakan media yang ada (Patria Adhastian, 2020).

Pengembangan sistem *digital marketing* sangat diperlukan, untuk menargetkan dan menjangkau masyarakat umum (Asse, 2018; Lindawati et al, 2020) *Digital marketing* sendiri terbagi dalam beberapa fungsi yaitu sebagai kegiatan untuk mempromosikan dan mencari pasar melalui media digital yang dilakukan secara online dengan menggunakan beberapa alat, seperti jejaring sosial dalam menyediakan informasi yang informatif, persuasif, atau sebagai alat hiburan (Ekadjaja & Siswanto, 2021 ; Tasnim et al, 2021).

Program magang ini merupakan salah satu program yang wajib diikuti oleh mahasiswa yang mengikuti program Wirausaha Merdeka Kemendikbud yang dilaksanakan oleh Kampus Universitas Muhammadiyah Surakarta sebagai penyelenggara program terpilih dari regional Jateng-DIY. Salah satunya karena UMS sebagai salah satu kampus terbaik dari Lembaga Layanan Pendidikan Tinggi (LLDIKTI) Wilayah VI Jawa Tengah sebagai pelaksana kegiatan MBKM.

Magang kerja merupakan bentuk perkuliahan melalui kegiatan bekerja secara langsung di dunia kerja yang bertujuan mendapatkan pengalaman dari kegiatan tersebut, yang nantinya dapat digunakan untuk pengembangan profesi. Pelaksanaan program magang di Toserba Putra Rahayu.

Toserba Putra Rahayu merupakan salah satu toserba yang terletak di Kabupaten Karanganyar tepatnya beralamat di Jl. Jendral Gatot Subroto, Gaum, Kecamatan Tasikmadu, Kabupaten Karanganyar, Jawa Tengah. Berdiri sejak tanggal 15 Maret 2000, yang pada awalnya merupakan sebuah toko yang hanya menyediakan pupuk dan tabung gas. Seiring berjalannya waktu untuk memenuhi kebutuhan masyarakat oleh owner akhirnya sedikit demi sedikit menambah barang dagangannya. Yang dahulunya toserba Putra Rahayu tidak memiliki karyawan, namun hanya dijaga oleh ownernya secara langsung yaitu Bapak Rober Christanto yang sekarang menjabat sebagai Wakil Bupati Karanganyar dan istrinya.

Seiring berjalannya waktu Toserba Putra Rahayu membuka cabang pertamanya yaitu di Matesih pada tanggal 27 September 2004 dan berlanjut Toserba Putra Rahayu membuka cabang yang kedua di Bejen pada tanggal 30 Juni 2013. Jam operasional Toserba Putra Rahayu yaitu buka setiap hari mulai pukul 07.00-21.00 WIB.

Putra Rahayu merupakan toserba yang menjual barang berbagai kebutuhan rumah tangga secara ecer dan grosir. Barang-barang yang tersedia di toserba antara lain: aneka produk makanan, minuman, snack, kebutuhan pokok, kebutuhan anak & ibu hamil, kosmetik, pakaian hingga perabotan rumah tangga. Selain lengkap toserba ini juga menjual barang dengan harga yang murah dibandingkan dengan toko di sekitarnya, dengan target konsumen untuk kelas menengah kebawah. Toserba Putra Rahayu memiliki kurang lebih 70 karyawan yang tersebar dalam 3 tempat, diantaranya Toserba Putra Rahayu Tasikmadu, Toserba Putra Rahayu Bejen, dan Toserba Putra Rahayu Matesih.

2. METODE

Program Magang Mahasiswa Wirausaha Merdeka dilaksanakan selama 1 (satu) bulan, dimulai sejak tanggal 5 Oktober 2022 sampai 5 November 2022. Kegiatan magang kerja ini dilakukan di Toserba Putra Rahayu. Toserba Putra Rahayu merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang ritel yang berlokasi di Jalan Jendral Gatot Subroto, Gaum, Tasikmadu, Karanganyar.

Pada magang ini, pemegang menggunakan metode magang paradigma

kualitatif. Sedangkan untuk mencermati karakteristik dari apa yang diteliti maka dalam magang ini cenderung menggunakan magang studi kasus.

Metode pengumpulan data yang digunakan:

2.1 Observasi Langsung

Menurut Sugiyono (2018:229) observasi merupakan teknik pengumpulan data yang mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik lainnya. Observasi dalam magang ini yaitu dengan melakukan pengamatan secara langsung dilapangan untuk mengetahui kondisi yang sebenarnya pada perusahaan toserba putra rahayu. Dalam upayanya untuk tetap dalam menjjalankan operasional hariannya, serta menyesuaikan diri terhadap perubahan pasar dan kondisi. Terdapat 6 indikator dalam penerapan digital marketing, ntara lain: Accessibility. Interactivity, Entertainment, Credibility, Irritation, Informativeness (Iqbal,2022:Latiefela 1.,2022).

2.2 Wawancara

Menurut Sugiyono (2017:194) wawancara yang digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila pemagang ingin melaksanakan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang akan diteliti. Pada laporan magang ini, wawancara dilakukan kepada Bapak Henry selaku manager HRD Toserba Putra Rahayu dan Mba Ismul selaku store supervisor.

2.3 Dokumentasi

Dokumentasi digunakan untuk mendukung pengumpulan data yang tidak didapatkan dari wawancara maupun observasi. Data ini diperoleh dari publikasi, internet dan sebagainya mengenai informasi yang terkait dengan magang.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

2.1 Jadwal dan Aktivitas Magang

Jadwal magang wirausaha merdeka yang dilakukan di bulan Oktober 2022 yaitu dimulai dengan pelaksanaan diskusi antara mahasiswa, dosen pembimbing lapangan dan mitra magang (Toserba Putra Rahayu).

Tabel 1. Jadwal Kerja Per Hari

Jam Kerja	Kegiatan
07.00 – 12.00	Masuk
12.00 – 13.00	Istirahat
13.00 – 16.00	Pulang

Adapun beberapa kegiatan magang wirausaha merdeka yang mahasiswa lakukan antaranya:

a. Menyiapkan timeline untuk 1 bulan kedepan

Dalam tahap awal social media branding, mahasiswa menyiapkan materi konten untuk satu bulan kedepan atau biasa disebut timeline. Mahasiswa membuat timeline di handphone. Mahasiswa berdiskusi secara kelompok untuk menentukan apa saja yang harus mahasiswa kerjakan dan mahasiswa persiapkan untuk social media branding. Mahasiswa membuat 15 konten yang akan dibuat untuk branding pada platform instagram dan tiktok.

Pada minggu pertama mahasiswa membuat desain untuk feed dan story platform instagram Toserba Putra Rahayu. Desain dan mengedit menggunakan bantuan aplikasi canva, dan tiktok. Masing-masing mahasiswa diharapkan bisa membuat desain minimal satu, antara lain desain story, feed instagram dan tiktok yang diunggah pada media sosial instagram dan tiktok milik mitra (Toserba Putra Rahayu). Selain itu pihak mitra (Toserba Putra Rahayu) juga memberikan briefing dengan komunikasi yang baik dan jelas. Pihak Toserba Putra Rahayu memberikan masukan dan revisi terkait desain/konten yang sudah mahasiswa kerjakan secara langsung. Revisi dan briefing konten dilakukan oleh pihak magang, yaitu oleh anak dari owner Toserba Putra Rahayu mba nabila atau anak dari bapak Rober Christanto dan mahasiswa dilakukan beberapa kali untuk menjaga kualitas yang dihasilkan oleh para mahasiswa.

b. Departemen Photography

Dikutip dari laman resmi coconut product photography, produk photography atau foto produk adalah suatu metode tentang bagaimana kita mengambil gambar dari sebuah produk. Hal ini dilakukan agar kita bisa menjelaskan bentuk fisik dan juga fungsi dari produk itu sendiri. Selain itu, hal tersebut juga akan membuat produk terlihat lebih menarik. Dalam pengambilan

foto katalog produk biasanya dilakukan di toko dan sebuah tempat seperti pendopo agar produk terlihat lebih indah (aesthetic).

Terdapat beberapa manfaat dari foto product, antara lain sebagai berikut:

1) Membangun reputasi bisnis

Foto produk adalah salah satu komponen yang sangat penting dari proses branding pada bisnis. Karena produk bisa menggambarkan nilai, personalitas, dan juga kualitas brand yang hingga akhirnya mampu mempermudah setiap audiens dalam mengenali brand dan juga produk yang anda tawarkan.

2) Meningkatkan visibilitas bisnis

Berdasarkan seattlewebdesign , konten dalam bentuk visual memiliki peluang yang besar untuk dibagikan di channel sosial media audiens sampai 40%.

3) Memikat lebih banyak customers

4) Kesempatan memperoleh conversion rates yang diinginkan

c. Departemen Video

Video promosi berupa suatu media audio visual yang dapat digunakan perusahaan untuk mengenalkan produk. Video promosi merupakan tayangan informasi mengenai suatu produk atau merek dalam bentuk audio visual.

Pengambilan video pertama dilakukan di depan mitra untuk memperkenalkan atau membangun branding di media sosial dengan memperkenalkan terlebih dahulu nama toko, lokasi, hingga produk apa yang dijual di toko tersebut.

Dalam departemen video sendiri memiliki jobdesk membuat video promosi produk sembako, fashion, perlengkapan bayi, aksesoris, peralatan rumah tangga, frozen food, dan kebutuhan primer lainnya.

d. Departemen Desain Feed

Dari sebuah desain feed yang ada di konten media sosial, masyarakat luas akan mengetahui tentang vibes dan kesan visual yang ingin ditonjolkan oleh mitra (Toserba Putra Rahayu). Ketika laman media sosial milik brand telah

dibuat dengan proses kreatif, mitra tersebut telah membuka peluang untuk mendapatkan followers, dikenal secara luas, bahkan menghasilkan kenaikan pendapatan.

2.2 Strategi Marketing Digital

Strategi digital marketing yang kuat akan membantu bisnis mitra (Toserba Putra Rahayu) untuk mencapai tujuan digital tertentu melalui media yang dipilih dengan tepat.

Toserba Putra Rahayu menggunakan konten marketing di karenakan konten marketing mempunyai tujuan untuk menjangkau, melibatkan, dan terhubung dengan konsumen melalui berbagai konten agar brand awareness dari bisnis meningkat. Toserba Putra Rahayu memberikan konten berupa video, foto, dan lainnya.

4. PENUTUP

Magang yang diadakan oleh Kampus Merdeka pada program Wirausaha Merdeka tersebut memberi kesempatan pada mahasiswa untuk belajar mengembangkan diri menjadi pengusaha melalui kegiatan ini yang dilakukan diluar perkuliahan.

Dari beberapa penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa, start-up merupakan sebuah perusahaan baru yang masih berkembang dalam pembentukan organisasi yang bergerak dibidang bisnis yang berbasis teknologi jaringan yang diharapkan menghasilkan produk/jasa baru yang inovatif serta mengikuti perkembangan zaman.

Berdasarkan kegiatan magang yang telah Penulis lakukan di toserba Putra Rahayu telah mencapai tujuan yang telah dirumuskan yaitu penulis telah melakukan berbagai kegiatan sesuai yang diinstruksikan pembimbing lapangan dan dapat menyelesaikannya. Selain itu dalam pelaksanaan kegiatan penulis juga memperoleh pengalaman dan wawasan mengenai dunia kerja di perusahaan: soft competency yang meliputi kerja sama tim, komunikasi, pengembangan pemahaman bisnis, pemahaman sistem pemasaran. Selain itu, penulis juga mendapatkan pengalaman bagaimana suasana dunia kerja yang sesungguhnya, wawasan dan keterampilan

baru yang nantinya dapat dimanfaatkan dalam dunia kerja. Pengalaman tersebut Sebagian besar tidak diperoleh dalam perkuliahan.

Yang dahulunya Toserba Putra Rahayu tidak memiliki karyawan, namun hanya dijaga oleh ownernya secara langsung yaitu bapak Rober Christanto yang sekarang menjabat sebagai Wakil Bupati Karanganyar dan istrinya. Toserba Putra Rahayu memiliki kurang lebih 70 karyawan yang tersebar dalam 3 tempat, diantaranya Toserba Putra Rahayu Tasikmadu, Toserba Putra Rahayu Bejen dan Toserba Putra Rahayu Matesih.

DAFTAR PUSTAKA

Abdul Rauf, S. O. (2006). Digital Marketing Konsep Strategi . Bandung: PT Mizan Pustaka.

Hendri Hermawan Adinugraha, A. M. (2021). Analisis Strategi Pemasaran Melalui Digital Marketing Dalam Meningkatkan Omzet Penjualan Batik, , 74-80.

J.C Andrews and T.A Shimp. (n.d.). Advertising, Promotion, and Other Spects Of Integrated.

Patria Adhastian, T. D. (2020). Implementasi Digital Marketing Dalam Meningkatkan Omset Penjualan Susu Kambing Etawa Budidaya Pesantren Masyhad An - Nur Sukabumi . , 26-27.

Ridwan Sanjaya, J. C. (2019). Mudah Membuat Aplikasi Pemasaran Digital 360 Derajat. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.

Vincent Didiek Wiet Aryanto, Y. W. (2020). Marketing Digital Solusi Bisnis Masa Kini Dan Masa Depan . Yogyakarta : PT Kanisus.

Wiwik Puspita Hadi, L. S. (2021). Improvement Of Productivity On Educational Toys Craftsmen Through Training Of Production And Digital Marketing, 83.

<https://www.gramedia.com/literasi/strategi-digital-marketing/>

<https://snapy.co.id/artikel/pentingnya-desain-feed-instagram>

<https://ids.ac.id/strategi-pemasaran-digital-yang-efektif-untuk-startup>

<https://www.jurnal.id/id/blog/mengenal-digital-marketing-konsep-dan-penerapannya/>