

ANALISIS DAMPAK STRATEGI *DIGITAL MARKETING* TERHADAP PENINGKATAN USAHA JASA KONTRAKTOR (STUDI KASUS DI CV JAVA DANISWARA)

Fira Rosalina; Nur Andriyani

**Program Studi Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas
Muhamadiyah Surakarta**

Abstrak

Perkembangan teknologi informasi dalam era globalisasi terus berkembang dan semakin maju yang sebelumnya pemasaran bersifat tradisional kini beralih kepada pemasaran *online*. Kegiatan pemasaran yang menggunakan teknologi seringkali disebut dengan digital marketing. *Digital marketing* adalah kegiatan pemasaran *online* yang menggunakan media digital dan internet. CV. Java Daniswara merupakan sebuah perusahaan yang bergerak di bidang penjualan produk IT, Otomotif, Properti, dan Jasa Pertukangan atau Jasa Kontraktor. Metode penelitian yang digunakan bersifat kualitatif meliputi Survey, Observasi, Wawancara, dan Analisis. Survey dilakukan dengan cara terjun langsung ke tempat mitra magang. Observasi dilakukan dengan cara mengamati bagaimana cara kerja, cara promosi dan iklan, cara penjualan, dan cara membuat laporan keuangan yang ada dalam mitra magang. Wawancara dilakukan dengan owner mitra magang. Analisis dilakukan dengan cara menganalisis hasil dari pertanyaan wawancara yang telah dilakukan sebelumnya. Hasil dari kegiatan wirausaha ini mengajarkan mahasiswa tentang digital marketing, cara riset pasar, desain pamlet iklan, melakukan iklan dan promosi, membuat market planning dan manajemen biaya, riset *copy writing* serta pembuatan *copy writing*. Selain itu, dapat meningkatkan kemampuan hard skill diantaranya ketrampilan mengoperasikan komputer, pengetahuan dan ketrampilan finansial. Sedangkan, kemampuan soft skill diantaranya mampu berkomunikasi dengan baik dengan rekan kerja, beradaptasi dengan lingkungan kerja.

Kata Kunci: *Digital Marketing*, Jasa Kontraktor, Perkembangan Teknologi

Abstract

Information technology developments in the era of globalization continue to develop and advance, which previously traditional marketing is now turning to online marketing. Marketing activities that use technology are often called digital marketing. Digital marketing is an online marketing activity that uses digital media and the internet. CV. Java Daniswara is a company engaged in the sale of IT products, Automotive, Property, and Carpentry Services or Contractor Services. The research methods used include Survey, Observation, Interview, and Analysis. Survey is done by going directly to the internship partner's place. Observation is done by observing how to work, how to promote and advertise, how to sell, and how to make financial reports in apprenticeship partners. Interviews were conducted with internship partner owners. Analysis is done by analyzing the results of the interview questions that have been done before. The results of this entrepreneurial activity teach students about digital marketing, market research, advertising pamphlet design, advertising and promotion, market planning and cost management, copy writing research and copy writing. In addition, it can improve hard skills including computer skills, knowledge and financial skills. Meanwhile, soft skills include being able to communicate well with coworkers, adapting to the work environment.

Keywords: Digital Marketing, Contractor Services, Technology Development

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dalam era globalisasi terus berkembang dan semakin maju yang sebelumnya pemasaran bersifat tradisional kini beralih kepada pemasaran *online*. Kegiatan pemasaran yang menggunakan teknologi seringkali disebut dengan digital marketing. Strategi digital marketing terdiri dari *search engine optimization (SEO)*, *content marketing*, *copywriting*, riset pasar. Media digital seringkali dimanfaatkan media sosial untuk pengusaha melakukan promosi atau pemasaran barang dan jasanya.

Digital marketing adalah kegiatan pemasaran *online* yang menggunakan media digital dan internet. Penggunaan media berbasis internet dan digital yang telah memungkinkan perusahaan untuk mencapai target pasar yang lebih luas dan memudahkan masyarakat atau calon pelanggan lebih mengenal produk melalui pemasaran digital. Digital marketing juga memiliki beberapa keuntungan seperti efisiensi biaya, menjangkau konsumen lebih luas, dapat berinteraksi langsung dengan konsumen melalui media sosial. Selain itu, teknik *copywriting* juga memiliki peran penting dalam melakukan promosi barang dan jasa. *Copywriting* adalah teknik penulisan yang menarik dan persuasif untuk tujuan promosi atau pemasaran barang dan jasa. Dalam hal ini, *copywriting* dapat digunakan untuk mempromosikan jasa pertukangan atau jasa kontraktor.

CV. Java Daniswara merupakan sebuah perusahaan yang bergerak di bidang penjualan produk IT, Otomotif, Properti, dan Jasa Pertukangan atau Jasa Kontraktor. CV. Java Daniswara melakukan penjualan melibatkan agen dan tenaga pemasaran, agen yakni tangan panjang dari perusahaan dalam berhubungan langsung dengan masyarakat untuk meningkatkan penjualan, akan tetapi tidak kepada pedagang sebab CV. Java Daniswara sendiri sudah membuka 6 outlet dan kepada konsumen akhir masyarakat atau individu. Selain itu, perusahaan ini melakukan pemasaran digital dengan riset pasar, riset *copywriting*, membuat konten untuk promosi dan di platform ke facebook, whatsapp, Instagram.

Pemerintah membuat program Wirausaha Merdeka agar anak muda dapat belajar berwirausaha selain itu, agar dapat belajar digital marketing dan dapat menjadi wirausahawan yang profesional. Wirausaha merdeka merupakan program magang dari pemerintah yang bertujuan untuk memberikan kesempatan kepada mahasiswa atau peserta untuk memperoleh pengalaman, pengetahuan dan keterampilan dalam berwirausaha. Program ini mencakup berbagai aspek, termasuk dalam pemahaman mengenai branding perusahaan, inovasi produk, dan strategi pemasaran. Saat ini, kegiatan pemasaran dan promosi telah menggunakan teknik

copywriting dan telah memanfaatkan teknologi digital atau yang lebih sering disebut dengan digital marketing.

Hasil dari kegiatan wirausaha ini mengajarkan mahasiswa tentang digital marketing, cara riset pasar, desain pamlet iklan, melakukan iklan dan promosi, membuat market planning dan manajemen biaya, riset *copy writing* serta pembuatan *copy writing*. Selain itu, dapat meningkatkan kemampuan hard skill diantaranya ketrampilan mengoperasikan komputer, pengetahuan dan ketrampilan finansial. Sedangkan, kemampuan soft skill diantaranya mampu berkomunikasi dengan baik dengan rekan kerja, beradaptasi dengan lingkungan kerja.

2. METODE

Metode penelitian yang digunakan bersifat kualitatif yang meliputi Survey, Observasi, Wawancara, dan Analisis. Survey dilakukan dengan cara terjun ke tempat mitra magang (CV. Java Daniswara). Observasi dilakukan dengan cara mengamati bagaimana cara kerja, cara promosi dan iklan, cara penjualan, cara pemasaran di platform dan cara membuat laporan keuangan yang ada dalam mitra magang (CV. Java Daniswara). Wawancara dilakukan dengan owner mitra magang (CV. Java Daniswara). Analisis dilakukan dengan cara menganalisis hasil dari pertanyaan wawancara yang telah dilakukan sebelumnya.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Program wirausaha merdeka bertujuan untuk memotivasi dan membentuk peserta agar memiliki jiwa wirausaha yang baik dengan pelatihan dan strategi diharapkan peserta setelah lulus program ini dapat mandiri dalam berwirausaha. Program wirausaha merdeka yang salah satunya diadakan di Universitas Muhamadiyah Surakarta melibatkan sebanyak 1050 peserta atau mahasiswa dari 68 perguruan tinggi diseluruh Indonesia dan 68 dosen pendamping lapangan untuk memantau dan membimbing peserta, 130 UKM menjadi tempat peserta magang.

Program wirausaha merdeka memiliki kegiatan sebagai berikut adanya kegiatan workshop atau pelatihan selama kurang lebih satu bulan, kegiatan magang di UKM selama 70 jam dalam 1 bulan, proposal dan pitching, akselerasi *star up* yang dibawakan oleh pihak shopee, pembuatan produk dan pemasaran produk kepada masyarakat selama 4 hari. Dalam kegiatan pembuatan produk peserta di haruskan memiliki inovasi produk yang menarik sehingga saat pemasaran akan memudahkan peserta dalam melakukan promosi. Promosi dilakukan secara *online* dengan menggunakan *marketplace* dan media sosial serta dilakukan dengan offline dilakukan dengan berjualan langsung di outlet. Selain itu, peserta di minta menentukan target pasar dari produk yang telah diinovasi.

3.1. Workshop dan Pelatihan Wirausaha Merdeka

Workshop merupakan kegiatan dari program wirausaha merdeka yang pertama. Workshop ini sangat aplikatif dan seru, banyak pemateri yang keren dan memotivasi, banyak materi serta latihan untuk mengembangkan keterampilan penelusuran, penyajian dan dikemas secara informatif. Dari workshop ini kami belajar mengenai peluang bisnis, menangani masalah dalam berbisnis, cara menjadi leader yang baik, belajar membuat akun marketplace, branding perusahaan, inovasi produk, dan strategi pemasaran.



Gambar 1. Kegiatan workshop

3.2. Magang Di CV. Java Daniswara

Magang merupakan salah satu kegiatan dari program Wirausaha Merdeka yang wajib diikuti bagi peserta. Dengan adanya praktik magang ini diharapkan mahasiswa dapat menambah pengetahuan mengenai bagaimana kegiatan di dunia kerja atau perusahaan yang dijadikan tempat magang. Dalam kegiatan magang ini, setiap mahasiswa peserta magang dibagi menjadi PIC (*Person In Charge*) di 5 divisi usaha dari CV Java Daniswara. Kelima divisi tersebut yaitu, Javara Komputer, Jatra Komputer, Tukangahli.Id, Rei Autos, Reka Smart Building. Magang ini dilakukan selama 15 hari dalam rentang waktu 3 minggu (10 Oktober – 28 Oktober 2022 dan pada hari jumat dilakukan evaluasi bersama pementor. Saya mendapatkan PIC tukangahli.id yang berkegiatannya sebagai berikut : riset *copy writing* dan desain pamlet iklan, upload konten penjualan di instagram dan facebook, maintenance sosial media, riset pasar, menyusun perencanaan pasar, iklan dan promosi, operasional *customer service*, membuat daftar upah pekerja jasa konstruksi, dan untuk PIC pertukangan melakukan manajemen jasa petukangan. Jasa pertukangan di tukangaghli.id ini terbagi menjadi 10 bagian yaitu : tukang bangunan, tukang kayu dan mebel, tukang listrik, tukang antenna dan parabola, tukang jaringan dan IT, tukang alumunium, tukang kunci, tukang sumur dan ledeng, tukang AC dan heater, tukang gambar dan mural.

Manajemen tukang ini untuk gaji tukang dan sebagian untuk membeli peralatan yang dibutuhkan. Penjualan dilakukan di facebook dengan cara mengupload iklan di grup-grup yang berkaitan dengan jasa pertukangan dan memfollow akun-akun jasa pertukangan atau jasa konstruksi. Pada CV. Jawa Daniswara dalam menerapkan strategi berdasarkan teori bauran pemasaran meliputi:

- 1) Produk : Produk yang dijual meliputi laptop, hardware dan jasa perbaikan printer dan komputer, properti seperti tanah ataupun bangunan pada reka smart building dan penjualan produk mobil pada reuotomotif.
- 2) Place : Tempat penjualannya ada 6 store dalam lingkup solo raya, reka smart building dan reuotomotif memaksimalkan penjualan secara online melalui platform facebook, OLX dan Instagram.
- 3) Price : Dari segi harga, produk pada CV. Jawa Daniswara sangat terjangkau bagi masyarakat, selain itu biaya jasa dalam perbaikan perangkat komputer pun sangat terjangkau.
- 4) Promotion : Promosi di CV. Jawa Daniswara melalui media cetak online, media sosial untuk mempermudah masyarakat dalam mengakses informasi asuransi takaful itu sendiri, maupun media sosial para agen properti dan promosi langsung kepada masyarakat yang biasanya melalui agen properti untuk langsung bertatap muka dengan masyarakat dan sekaligus menawarkan produk-produk yang ada.



Gambar 2. Kegiatan magang di CV. Jawa Daniswara

3.3. Akselersi *Star Up*

Sebelum melakukan kegiatan expo peserta wmk melakukan zoom bersama panita tentang akselerasi startup. Akselerasi startup merupakan kegiatan webinar yang meningkatkan kapasitas inovasi dan penerapan teknologi untuk peserta wirausaha merdeka yang akan

berdampak pada peningkatan kualitas produk, daya saing dan produktivitas dalam menciptakan lapangan pekerjaan baru di masyarakat. Dan dari zoom ini peserta diajarkan cara membuat konten yang menarik dan kreatif.

3.4. Proposal Pitching

Pitching merupakan presentasi secara singkat yang dilakukan oleh peserta wirausaha merdeka untuk bisa menjelaskan bisnis kami kepada penyelenggara kegiatan wirausaha merdeka atau panitia wirausaha merdeka. Proposal dalam kegiatan ini berisikan mengenai nama produk yaitu “Ini Tahu Bakso Crispy”. Penjelasan mengenai produk yang akan dibuat, strategi pemasaran, penjelasan inovasi produk “Ini Tahu Bakso Crispy” merupakan inovasi produk dari tahu baksomenjadi tahu bakso crispy dan bakso crispy, yang mana kita menambahkan tepung roti untuk lapisan luar sebelum digoreng, serta kita membuat bakso bulat crispy yang menjadi opsional bagi konsumen apabila tidak menyukai tahu. Kami juga menjelaskan rencana anggaran biaya (RAB) yang dibutuhkan dalam bisnis tersebut. Setelah di setujui oleh pihak penyelenggara maka akan mendapat pendanaan sesuai dengan rencana anggaran biaya (RAB) yang telah diajukan dan kami bisa lanjut untuk pembuatan produk dan melakukan pemasaran.



Gambar 3. Kegiatan proposal pitching

3.5. Expo

Expo merupakan rangkaian kegiatan akhir dari program wirausaha merdeka dan kegiatan expo para peserta melakukan penjualan produk yang telah mereka inovasi. Dengan pemasaran dari mulut kemulut, melalui media sosial seperti *Instagram*, *whatsapp* dan *facebook*, dan melakukan sistem *pre order*. Expo ini dilakukan secara 4 hari yang dimana 2 hari dilakukan di Kantor Kecamatan Colomadu dan 2 hari dilakukan di GOR FEB UMS. Pada kegiatan ini kami menjual tahu bakso crispy, dalam sehari kami menjual 200 pcs. Tahu bakso crispy ini hadir dengan berbagai varian saos. Pada kegiatan expo ini kami berangkat lebih awal untuk

menyiapkan barang dan produk kami di stan. Setelah acara berakhir kami membuat laporan keuangan yang akan diserahkan kepada pihak penyelenggara atau panitia wirausaha merdeka.



Gambar 4. Kegiatan expo

4. PENUTUPAN

4.1. Kesimpulan

Wirausaha merdeka merupakan program yang dapat membentuk mahasiswa menjadi wirausaha yang profesional dan memiliki keterampilan dalam berwirausaha. Program ini memfasilitasi mahasiswa dengan mentor-mentor yang memiliki pengalaman di bidang wirausaha dan mahasiswa bisa belajar berbagai aspek, seperti pemahaman mengenai branding perusahaan, digital marketing, inovasi produk, dan strategi pemasaran. Setelah mengikuti program wirausaha merdeka ini adalah dapat mengembangkan ilmu yang telah diperoleh dari wirausaha merdeka untuk menjadi wirausahawan. Diharapkan lulus dari program ini bias menjadi wirausaha muda yang sukses dan profesional kedepannya. Dan dapat membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat yang membutuhkan pekerjaan dan menambah pendapatan perkapita masyarakat yang secara otomatis menggerakkan perekonomian bangsa.

4.2. Saran

Program wirausaha merdeka dapat melakukan kolaborasi dengan perusahaan atau platform digital untuk memberikan wawasan, pelatihan dan pengalaman secara langsung kepada mahasiswa atau peserta terkait dengan penerapan strategi pemasaran digital termasuk riset pasar, copywriting dalam konteks wirausaha. Oleh karena itu, setelah mahasiswa lulus dari program tersebut dapat memberikan edukasi kepada masyarakat awam yang belum mengenal pemasaran digital atau bisa juga diterapkan oleh peserta untuk usahanya sehingga dapat mendukung usahanya dalam pemasaran digital, yang manfaatnya lebih luas dari pemasaran non digital.

CV Java Daniswara dapat meningkatkan pemasaran digital terutama di jasa kontraktor dengan cara mengaktifkan kembali website tukangid.com, lebih aktif lagi dalam melakukan promosi di platform facebook dan Instagram. Sehingga kelima divisi tersebut yaitu, Javara Komputer, Jatra Komputer, Tukangahli.Id, Rei Autos, Reka Smart Building dapat terus berkembang dengan seimbang tidak hanya condong keempat devisi saja.serta dapat merespon konsumen dengan cepat karena pelayanannya dalam customer service sangat lambat. Dan CV Java Daniswara dapat menambah platform untuk melakukan promosi sehingga mendapat jaringan yang luas dan dapat target pemasaran pada konsumen do luar kota Solo.

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad Handoko Arifiyanto, Muhammad Abidzar Giffary. (2021). Analisis Promotion Mix terhadap Pemasaran Properti di PT Sonto Bangun Perkasa.
- Adhi Prakosa, Fikri Farhan, Agung Nurrohman, Mukaromatud Daroini, Rika Kuriasari, Erni Suwarni, Tantri Wardani. (2023). Penerapan Social Media Marketing di Era Marketing 5.0 sebagai Solusi Pemasaran pada Usaha Jasa Konstruksi CV Bumi Mandala. *Pengabdian Masyarakat*.
- Amin Sulistyanto, Suranto, Agus Marimin. (2022). Progam Magang Wirausaha Merdeka Meningkatkan Mental Berdaya Wirausaha Mahasiswa. *Budimas*.
- Analisis Komunikasi Pemasaran dalam Uoaya Meningkatkan Omzet Perusahaan Konstruksi CV.Mitra Tangguh Rekacipta . (2023). *Journal Of Accounting and Business*, 14-23.
- Ayu Puspita Rachmi, Hanifah Muslimah Az-Zahra, Bondan Sapta Prakoso. (2023). Pengembangan Website Pemasaran Jasa Konstruksi menggunakan Pendekatan Goal-Directed Design (GDD), Studi Kasus CV.Krisna Dewi. *Pembembangan Teknologi dan Ilmu Komunikasi*, 1012-1021.
- Dedeh Sri Sudaryanti, Tine Badriatin, Noneng Masitoh. (2020). Pendampingan Praktek Magang Pada Industri Jasa Keuangan oleh Mahasiswa Program Studi Keuangan dan Perbankan Universitas Siliwangi. *Pengabdian Masyarakat*.
- Rahmatul Jannatuin N, Wahyu Wardhana, Rudi Haryanto, Agus Pebriyanto. (2020). Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM. *Implementation and Action*.

Sitti Retno Faridatussalam, Alfian Hikamul Abid, Nazarudin Hasan. (2023). Menumbuhkan Jiwa Wirausaha Kalangan Anak Muda Melalui Program Wirausaha Merdeka. *Pengabdian Nasional Indonesia*.

Soeyitno, A. H. (2014). Hubungan Antara Persepsi Karyawan Terhadap Gaya Kepemimpinan Partisipatif Atasan dengan Kinerja Karyawan di RS Muji Rahayu .