

Penerapan Metode Online Marketing Pada Pengenalan Produk Untuk Meningkatkan Jumlah Jual Pada UMKM Home Industry Jagung

**Aisyah Amelia¹, Amellia Putri Willyam², Gina Salsabilla³, Rahma Septia Sari⁴,
Vivi Nila Sari⁵**

^{1,2,3,4,5} Universitas Putra Indonesia YPTK Padang, Indonesia

Corresponding Author

Nama Penulis : Amellia Putri Willyam

E-mail : amelliaputriamel2@gmail.com

Abstrak

Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk memberikan pemahaman tentang manfaat, tantangan, dan risiko penerapan strategi pemasaran online pada UMKM Home Industry jagung. Selain itu, analisis ini juga bertujuan untuk memberikan saran yang dapat diterapkan untuk meningkatkan keberhasilan penerapan strategi pemasaran online pada UMKM Home Industry jagung. Analisis ini dilakukan dengan melakukan studi literatur tentang manfaat, tantangan, dan risiko penerapan strategi pemasaran online pada UMKM Home Industry jagung. Hasil dari analisis ini menunjukkan bahwa penerapan strategi pemasaran online dapat memberikan banyak manfaat bagi UMKM Home Industry jagung, seperti meningkatkan eksposur merek dan meningkatkan penjualan produk. Namun, ada beberapa tantangan dan risiko yang perlu diperhatikan oleh UMKM Home Industry jagung dalam menerapkan strategi pemasaran online, seperti keterbatasan infrastruktur dan teknologi, persaingan yang semakin ketat, perubahan perilaku konsumen, risiko keamanan data, dan perlu adanya pengetahuan dan keterampilan khusus dalam bidang digital marketing. Untuk mengatasi tantangan tersebut, UMKM Home Industry jagung dapat mengikuti saran-saran yang telah dijelaskan sebelumnya. Dari analisis ini, dapat disimpulkan bahwa penerapan strategi pemasaran online dapat menjadi solusi bagi UMKM Home Industry jagung untuk mempromosikan produk dan meningkatkan penjualan. Namun, tantangan dan risiko yang ada perlu diperhatikan dengan baik, dan evaluasi yang baik perlu dilakukan untuk memastikan keberhasilan dari penerapan strategi pemasaran online tersebut.

Kata Kunci : UMKM Home Industry Jagung, Strategi Pemasaran Online, Manfaat Dan Risiko, Tantangan

Abstract

The purpose of this activity is to provide an understanding of the benefits, challenges, and risks of implementing online marketing strategies for Home Industry corn UMKM. This analysis also aims to provide recommendations that can be applied to improve the success of online marketing strategies for Home Industry corn UMKM. This analysis was conducted by conducting a literature review on the benefits, challenges, and risks of implementing online marketing strategies for Home Industry corn UMKM. The results of this analysis show that the implementation of online marketing strategies can provide many benefits for Home Industry corn UMKM, such as increasing brand exposure and increasing product sales. However, there are several challenges and risks that need to be considered by Home Industry corn UMKM in implementing online marketing strategies, such as infrastructure and technology limitations, increasing competition, changes in consumer behavior, data security risks, and the need for specialized knowledge and skills in digital marketing. To overcome these challenges, Home Industry corn UMKM can follow the recommendations mentioned earlier. From this analysis, it can be concluded that the implementation of online marketing strategies can be a solution for Home Industry corn UMKM to

This work is licensed under Creative Commons Attribution License 4.0 CC-BY International license

promote their products and increase sales, but challenges and risks must be considered thoroughly, and proper evaluation must be conducted to ensure the success of the online marketing strategies.

Keywords: Home Industry Corn UMKM, Online Marketing Strategy, Benefits And Risks, Challenges

PENDAHULUAN

Masalah yang dihadapi oleh UMKM Home Industry jagung adalah rendahnya jumlah penjualan produk mereka. Oleh karena itu, diperlukan suatu strategi untuk meningkatkan jumlah penjualan produk tersebut. Salah satu strategi yang dapat dilakukan adalah dengan menerapkan metode online marketing pada pengenalan produk. UMKM Home Industry jagung menghasilkan berbagai produk olahan jagung, seperti keripik jagung, jagung rebus, dan jagung bakar. Meskipun produk-produk tersebut memiliki kualitas yang baik, namun masih banyak masyarakat yang belum mengenal dan belum pernah mencoba produk-produk tersebut. Selain itu, UMKM Home Industry jagung juga memiliki keterbatasan dalam memasarkan produk mereka secara offline, seperti terbatasnya jumlah toko atau outlet yang menjual produk mereka (Suryana, E, 2021)

Oleh karena itu, penerapan metode online marketing pada pengenalan produk dapat menjadi solusi untuk meningkatkan jumlah penjualan produk UMKM Home Industry jagung. Dengan menerapkan metode ini, UMKM Home Industry jagung dapat memperluas jangkauan pasar dan menjangkau konsumen baru yang lebih luas melalui media sosial, website, dan platform e-commerce. Selain itu, penggunaan metode online marketing juga dapat membantu UMKM Home Industry jagung untuk memperkenalkan produk mereka dengan lebih efektif dan efisien kepada konsumen. Dalam menerapkan metode online marketing, UMKM Home Industry jagung dapat menggunakan berbagai strategi, seperti membuat konten promosi yang menarik, memperluas jangkauan melalui penggunaan iklan berbayar, meningkatkan interaksi dengan pelanggan melalui platform media sosial, serta meningkatkan reputasi merek melalui penggunaan testimoni pelanggan dan penghargaan.

Terkait dengan penerapan metode online marketing pada UMKM Home Industry jagung, ada beberapa hal yang dapat menjadi fokus dalam strategi pemasaran online, antara lain: (Asri, A., & Sihabudin, A. (2021)

1. Konten promosi yang menarik: Konten promosi yang menarik dapat membuat konsumen tertarik untuk mencoba produk yang ditawarkan. Konten promosi dapat berupa gambar produk, video tutorial, atau testimoni pelanggan yang dapat memberikan informasi lebih detail tentang produk yang ditawarkan.
2. Penggunaan iklan berbayar: Selain memperluas jangkauan pasar melalui media sosial atau website, UMKM Home Industry jagung juga dapat mempertimbangkan penggunaan iklan berbayar pada platform media sosial atau platform e-commerce untuk meningkatkan eksposur produk mereka ke konsumen yang lebih luas.
3. Meningkatkan interaksi dengan pelanggan: Melalui platform media sosial, UMKM Home Industry jagung dapat meningkatkan interaksi dengan pelanggan, seperti dengan membalas komentar atau pesan pelanggan, atau memberikan informasi lebih lanjut tentang produk yang ditawarkan.
4. Meningkatkan reputasi merek: UMKM Home Industry jagung dapat meningkatkan reputasi merek mereka melalui penggunaan testimoni pelanggan atau penghargaan yang telah diraih oleh produk mereka. Hal ini dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap produk yang ditawarkan.

Namun, dalam menerapkan strategi pemasaran online, UMKM Home Industry jagung juga perlu memperhatikan beberapa risiko dan tantangan, seperti: (Puspitasari, E., & Putri, R., 2021)

1. Keamanan data: Dalam menggunakan platform online, UMKM Home Industry jagung perlu memperhatikan keamanan data pelanggan dan mengelola data dengan baik agar tidak terjadi kebocoran data atau penyalahgunaan data oleh pihak yang tidak bertanggung jawab.
2. Pengelolaan inventaris: Dalam melakukan penjualan online, UMKM Home Industry jagung perlu memperhatikan pengelolaan inventaris dengan baik agar tidak terjadi kekurangan stok atau kelebihan stok yang tidak terjual.

This work is licensed under Creative Commons Attribution License 4.0 CC-BY International license

3. Reputasi merek: Dalam menggunakan media sosial, UMKM Home Industry jagung perlu memperhatikan reputasi merek mereka dan menghindari konten yang dapat merusak citra merek mereka.

Oleh karena itu, UMKM Home Industry jagung perlu merencanakan dan mengevaluasi strategi pemasaran online mereka dengan baik agar dapat meminimalkan risiko dan memaksimalkan keuntungan dari penerapan metode online marketing pada pengenalan produk mereka. Namun, perlu diingat bahwa penerapan metode online marketing juga memiliki tantangan dan risiko tersendiri, seperti keamanan data, pengelolaan inventaris, dan reputasi merek. Oleh karena itu, UMKM Home Industry jagung perlu mempertimbangkan dan merencanakan dengan matang sebelum menerapkan metode online marketing. Tujuan dari penulisan tentang penerapan metode online marketing pada pengenalan produk untuk meningkatkan jumlah jual pada UMKM Home Industry jagung adalah untuk memberikan pemahaman dan solusi yang dapat membantu UMKM Home Industry jagung dalam meningkatkan penjualan produk mereka melalui penerapan strategi pemasaran online.

Dalam penulisan ini, dijelaskan mengenai latar belakang masalah yang dihadapi oleh UMKM Home Industry jagung, yaitu rendahnya jumlah penjualan produk mereka, serta strategi pemasaran online yang dapat diterapkan untuk mengatasi masalah tersebut. Penulisan ini juga memberikan beberapa referensi jurnal terbaru yang dapat menjadi acuan bagi UMKM Home Industry jagung dalam merencanakan dan menerapkan strategi pemasaran online. Dengan demikian, tujuan dari penulisan ini adalah untuk memberikan panduan dan solusi praktis bagi UMKM Home Industry jagung dalam meningkatkan penjualan produk mereka melalui penerapan strategi pemasaran online. Penulisan ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi UMKM Home Industry jagung dan juga bagi pembaca yang tertarik dengan strategi pemasaran online.

METODE

Metode penelitian yang digunakan dalam penulisan ini adalah kajian kepustakaan. Kajian kepustakaan atau literature review adalah suatu metode penelitian yang dilakukan dengan melakukan analisis terhadap berbagai sumber literatur, seperti jurnal, buku, dan artikel, yang berkaitan dengan topik yang sedang diteliti. Kegiatan dapat dirincikan seperti dibawah ini:

a. Persiapan/ planning

Planning mencakup beberapa langkah atau proses :

Mempersiapkan keperluan

Meminta surat perizinan dari kampus

Membuat proposan dan menunggu persetujuan pemilik UMKM Home Industry Jagung

b. Screening/ pemilihan

Jika persiapan sudah terpenuhi, selanjutnya yang dilakukan yaitu screening atau pemilihan. Berikut yang dapat dilakukan :

Memilih moderator dan ketua pelaksana

Memilih spanduk dan mengkonfirmasi kendaraan

c. Implementasi Pelaksanaan

Pelaksanaan kegiatan ini telah dilakukan dengan jadwal tertentu. Pelaksanaannya sebagai berikut :

Kegiatan dibuka oleh pemilik usaha dan pewawancara

Penyajian materi

Sosialisai mengenai reward, etika kerja, motivasi dalam meningkatkan kinerja karyawan

Penutup (Dokumentasi)

Proses pengabdian oleh mahasiswa yang melaksanakan kegiatan ini dengan durasi 3 jam.

Pelaksanaan dilaksanakan dengan memberikan materi bahkan masukan serta pengajuan pertanyaan kepada pemilik UMKM Home Industry Jagung.

d. Evaluasi/ penilaian

Pelaksanaan merupakan bagian terpenting dalam melakukan perbaikan maupun penilaian di masa yang akan datang maupun dimasa depan, berdasarkan kesulitan yang ada pada saat pelaksanaan dilapangan. Hasil dari pelaksanaan ini yaitu membuat artikel dan laporan oleh tim pelaksana di lapangan dengan disertakan bukti dokumentasi bersama pemilik dan karyawan UMKM Home Industry Jagung yang nantinya akan diserahkan ke dosen pengampu.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan yang dilaksanakan di usaha Home Industry Jagung berjalan dengan lancar. Kegiatan ini yaitu salah satu tugas project based learning dari universitas yang harus bahkan wajib dilaksanakan bagi setiap mahasiswa, yang terdiri dari : (1). Pendidikan dan pengajaran bahkan pemberian materi (2) Penelitian (wawancara) dan (3) Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM). Penelitian dengan judul dan tema penerapan metode online marketing pada pengenalan produk untuk meningkatkan jumlah jual pada umkm home industry jagung menggunakan etika kerja untuk mencapai kinerja terbaik pada UMKM Home Industry Jagung. Dengan menerapkan system reward selain financial terhadap anggota karywan dinilai akurat karena memberikan pengaruh terhadap tingkat pekerjaan dan etika kerja pegawai Home Industry Jagung yang sekaligus memberikan kepuasan kerja kepada karyawan dalam mencapai kinerja terbaik.

1. Kondisi Pasar Dan Persaingan Di Industri Olahan Jagung Di Indonesia

Industri olahan jagung di Indonesia merupakan industri yang memiliki potensi besar untuk dikembangkan. Jagung merupakan salah satu sumber pangan penting yang banyak dihasilkan di Indonesia, sehingga industri olahan jagung dapat memberikan kontribusi yang signifikan dalam perekonomian Indonesia. Namun, kondisi pasar dan persaingan di industri olahan jagung di Indonesia cukup kompleks dan menantang. Salah satu faktor yang mempengaruhi kondisi pasar dan persaingan di industri olahan jagung di Indonesia adalah profil konsumen. Menurut jurnal "The Effect of Social Media Marketing and E-Commerce on Small and Medium Enterprises (SMEs) Performance During the Covid-19 Pandemic" yang ditulis oleh Kurniawan dan Wijaya (2021), konsumen di Indonesia cenderung lebih memilih produk olahan jagung yang praktis dan mudah diolah. Oleh karena itu, UMKM Home Industry jagung perlu mempertimbangkan jenis produk olahan jagung yang sesuai dengan preferensi konsumen (Kurniawan, D. and Wijaya, A., 2021). Selain itu, produk olahan jagung yang tersedia di pasaran juga mempengaruhi kondisi pasar dan persaingan di industri olahan jagung di Indonesia. Menurut buku "Jagung sebagai Sumber Pangan dan Energi" yang ditulis oleh Sutanto dan Yulianto (2019), produk olahan jagung yang tersedia di pasaran di Indonesia antara lain beras jagung, tepung jagung, dan keripik jagung. Oleh karena itu, UMKM Home Industry jagung perlu mempertimbangkan jenis produk olahan jagung yang dapat bersaing dengan produk olahan jagung yang sudah ada di pasaran (Sutanto, A. and Yulianto, P., 2019)

Persaingan dengan produk olahan jagung impor juga menjadi faktor yang mempengaruhi kondisi pasar dan persaingan di industri olahan jagung di Indonesia. Menurut jurnal "The Effect of Social Media Marketing on Brand Awareness and Brand Loyalty: A Study on Indonesian SMEs" yang ditulis oleh Aryani dan Kurniawan (2021), impor produk olahan jagung di Indonesia mengalami peningkatan dalam beberapa tahun terakhir. Oleh karena itu, UMKM Home Industry jagung perlu mempertimbangkan strategi pemasaran yang tepat untuk meningkatkan daya saing produk olahan jagung lokal di pasaran (Aryani, A. and Kurniawan, D, 2021). Selain itu, faktor lain yang juga mempengaruhi kondisi pasar dan persaingan di industri olahan jagung di Indonesia adalah kondisi ekonomi dan regulasi pemerintah terkait industri olahan jagung. Menurut jurnal "Pengaruh Kebijakan Pemerintah Terhadap Peningkatan Produksi Jagung di Indonesia" yang ditulis oleh Hidayat, dkk. (2021), pemerintah Indonesia telah melakukan berbagai kebijakan untuk meningkatkan produksi jagung di Indonesia, seperti memberikan insentif bagi petani jagung dan melakukan program pengembangan industri jagung. Namun, masih terdapat beberapa kendala dalam implementasi kebijakan tersebut, sehingga perlu adanya upaya yang lebih terstruktur dan

This work is licensed under Creative Commons Attribution License 4.0 CC-BY International license

berkelanjutan untuk meningkatkan produksi jagung di Indonesia (Hidayat, R., Abadi, F. and Mukhlis, I., 2021)

Dari analisis tersebut, dapat disimpulkan bahwa kondisi pasar dan persaingan di industri olahan jagung di Indonesia cukup kompleks dan memerlukan strategi yang tepat dalam pengenalan produk. UMKM Home Industry jagung perlu mempertimbangkan profil konsumen, jenis produk olahan jagung yang tersedia di pasaran, persaingan dengan produk olahan jagung impor, serta kondisi ekonomi dan regulasi pemerintah terkait industri olahan jagung dalam mengembangkan produk olahan jagung mereka. Oleh karena itu, penerapan strategi pemasaran online dapat menjadi solusi yang tepat dalam meningkatkan eksposur dan penjualan produk olahan jagung yang ditawarkan.

2. Strategi Pemasaran Online Yang Dapat Diterapkan Untuk Mengatasi Masalah Rendahnya Jumlah Penjualan Produk Pada UMKM Home Industry Jagung

Strategi pemasaran online adalah salah satu solusi yang dapat diterapkan untuk mengatasi masalah rendahnya jumlah penjualan produk pada UMKM Home Industry jagung di Indonesia. Dalam era digital seperti saat ini, pemasaran online menjadi salah satu cara yang efektif dalam mempromosikan produk dan meningkatkan eksposur merek. Berikut adalah beberapa strategi pemasaran online yang dapat diterapkan untuk UMKM Home Industry jagung (Susanto, A. dan Yulianto, P., 2019)

1) Membangun website resmi

Membangun website resmi dapat menjadi langkah awal yang efektif dalam memperkenalkan produk UMKM Home Industry jagung kepada konsumen. Website ini dapat berisi informasi detail tentang produk, harga, dan cara pembelian. Selain itu, website resmi juga dapat menjadi platform untuk memperkenalkan merek dan meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk UMKM Home Industry jagung.

2) Meningkatkan kehadiran di media sosial

Media sosial seperti Instagram, Facebook, atau Twitter dapat menjadi platform yang efektif untuk memperkenalkan produk UMKM Home Industry jagung. UMKM Home Industry jagung dapat memanfaatkan media sosial untuk mengunggah foto produk, video tutorial cara mengolah produk, atau testimoni dari konsumen yang sudah mencoba produk. Hal ini dapat meningkatkan kesadaran konsumen tentang merek UMKM Home Industry jagung dan memperkuat loyalitas konsumen.

3) Menerapkan strategi SEO

SEO atau Search Engine Optimization adalah strategi pemasaran online yang bertujuan untuk meningkatkan peringkat website UMKM Home Industry jagung di hasil pencarian mesin pencari seperti Google. Dengan menerapkan strategi SEO yang tepat, UMKM Home Industry jagung dapat memperoleh trafik organik ke website mereka dan menarik lebih banyak konsumen potensial.

4) Mengadakan promo dan diskon

Mengadakan promo dan diskon dapat menjadi cara efektif untuk meningkatkan penjualan produk UMKM Home Industry jagung. UMKM Home Industry jagung dapat memberikan promo atau diskon khusus untuk produk tertentu, atau memberikan hadiah kepada konsumen yang membeli produk dalam jumlah tertentu. Hal ini dapat meningkatkan minat konsumen untuk mencoba produk UMKM Home Industry jagung dan memperkuat loyalitas konsumen.

5) Menggunakan influencer marketing

Influencer marketing adalah strategi pemasaran online yang melibatkan influencer atau orang yang memiliki pengaruh besar di media sosial untuk mempromosikan produk. UMKM Home Industry jagung dapat mencari influencer yang memiliki audiens yang sesuai dengan target pasar mereka untuk mempromosikan produk. Hal ini dapat meningkatkan kesadaran merek dan memperluas jangkauan produk UMKM Home Industry jagung.

Dari analisis tersebut, dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran online dapat menjadi solusi yang tepat untuk mengatasi masalah rendahnya jumlah penjualan produk pada UMKM Home Industry jagung di Indonesia. Strategi pemasaran online seperti membangun website resmi, meningkatkan kehadiran di media sosial, menerapkan strategi SEO, mengadakan promo dan diskon, dan menggunakan influencer marketing dapat membantu UMKM Home Industry jagung dalam memperkenalkan produk mereka kepada konsumen potensial dan meningkatkan penjualan produk (Kurniawan, D. and Wijaya, A., 2021)

3. Tantangan Dan Risiko Yang Perlu Diperhatikan Dalam Penerapan Strategi Pemasaran Online Pada UMKM Home Industry Jagung

Penerapan strategi pemasaran online pada UMKM Home Industry jagung di Indonesia dapat memberikan banyak manfaat dalam mempromosikan produk dan meningkatkan penjualan. Namun, ada beberapa tantangan dan risiko yang perlu diperhatikan oleh UMKM Home Industry jagung dalam menerapkan strategi pemasaran online. Berikut adalah beberapa tantangan dan risiko yang perlu diperhatikan (Susanto, A. dan Yulianto, P., 2019) :

1) Keterbatasan infrastruktur dan teknologi

Salah satu tantangan utama dalam menerapkan strategi pemasaran online adalah keterbatasan infrastruktur dan teknologi di beberapa wilayah di Indonesia. Beberapa wilayah masih memiliki keterbatasan akses internet yang memadai, yang dapat mempengaruhi efektivitas strategi pemasaran online. Oleh karena itu, UMKM Home Industry jagung perlu mempertimbangkan infrastruktur dan teknologi yang tersedia sebelum menerapkan strategi pemasaran online.

2) Persaingan yang semakin ketat

Persaingan dalam industri olahan jagung di Indonesia semakin ketat, terutama dengan adanya masuknya produk dari luar negeri. Hal ini dapat mempengaruhi efektivitas strategi pemasaran online UMKM Home Industry jagung. Oleh karena itu, UMKM Home Industry jagung perlu mengembangkan strategi pemasaran online yang unik dan efektif untuk dapat bersaing dengan produk lainnya.

3) Perlu adanya pengetahuan dan keterampilan khusus

Menerapkan strategi pemasaran online memerlukan pengetahuan dan keterampilan khusus dalam bidang digital marketing. Hal ini dapat menjadi tantangan bagi UMKM Home Industry jagung yang tidak memiliki sumber daya manusia yang terlatih dalam bidang tersebut. Oleh karena itu, UMKM Home Industry jagung perlu mempertimbangkan untuk melatih atau merekrut sumber daya manusia yang memiliki pengetahuan dan keterampilan dalam bidang digital marketing.

4) Risiko keamanan data

Penerapan strategi pemasaran online juga dapat meningkatkan risiko keamanan data, terutama jika UMKM Home Industry jagung mengumpulkan data konsumen melalui website atau media sosial. Risiko ini dapat mempengaruhi kepercayaan konsumen terhadap merek dan produk UMKM Home Industry jagung. Oleh karena itu, UMKM Home Industry jagung perlu memperhatikan dan menerapkan langkah-langkah keamanan data yang cukup untuk melindungi data konsumen.

5) Perubahan perilaku konsumen

Perilaku konsumen dapat berubah secara cepat dan tidak terduga, terutama dalam era digital yang cepat berkembang. Hal ini dapat mempengaruhi efektivitas strategi pemasaran online UMKM Home Industry jagung. Oleh karena itu, UMKM Home Industry jagung perlu memantau dan mengikuti tren perilaku konsumen yang terbaru, serta mengembangkan strategi pemasaran online yang dapat menyesuaikan dengan perubahan tersebut.

Dari analisis tersebut, dapat disimpulkan bahwa penerapan strategi pemasaran online pada UMKM Home Industry jagung di Indonesia memiliki tantangan dan risiko yang perlu diperhatikan. Tantangan seperti keterbatasan infrastruktur dan teknologi, persaingan yang semakin ketat, dan

perubahan perilaku konsumen dapat mempengaruhi efektivitas strategi pemasaran online. Oleh karena itu, UMKM Home Industry jagung perlu mempertimbangkan dan mengantisipasi dengan baik tantangan dan risiko tersebut dalam mengembangkan strategi pemasaran online yang efektif (Kurniawan, D. and Wijaya, A., 2021).

4. Cara UMKM Home Industry Jagung Mengevaluasi Keberhasilan Dari Penerapan Strategi Pemasaran Online

Setelah menerapkan strategi pemasaran online, UMKM Home Industry jagung di Indonesia perlu mengevaluasi keberhasilan dari strategi tersebut untuk mengetahui sejauh mana strategi tersebut efektif dalam meningkatkan penjualan produk dan memperkuat merek. Evaluasi yang baik dapat membantu UMKM Home Industry jagung untuk menyusun strategi pemasaran online yang lebih efektif dan terukur di masa depan. Berikut adalah beberapa cara UMKM Home Industry jagung dapat mengevaluasi keberhasilan dari penerapan strategi pemasaran online (Susanto, A. dan Yulianto, P., 2019) :

1) Mengukur trafik website

Salah satu cara untuk mengevaluasi keberhasilan dari penerapan strategi pemasaran online adalah dengan mengukur trafik website. UMKM Home Industry jagung dapat menggunakan alat analisis web seperti Google Analytics untuk mengukur berapa banyak pengunjung yang mengakses website mereka setiap harinya. Hal ini dapat membantu UMKM Home Industry jagung untuk mengetahui seberapa efektif website mereka dalam menarik pengunjung dan meningkatkan eksposur merek.

2) Menganalisis konversi

Konversi adalah tindakan yang diambil oleh pengunjung website, seperti membeli produk atau mengisi formulir kontak. UMKM Home Industry jagung perlu mengukur konversi untuk mengetahui seberapa efektif website mereka dalam mengubah pengunjung menjadi pembeli. Dengan menganalisis konversi, UMKM Home Industry jagung dapat mengetahui seberapa baik strategi pemasaran online mereka dalam meningkatkan penjualan produk.

3) Mengukur engagement di media sosial

Media sosial seperti Instagram dan Facebook dapat menjadi platform yang efektif untuk mempromosikan produk UMKM Home Industry jagung. UMKM Home Industry jagung dapat mengukur engagement di media sosial, seperti jumlah like, komentar, dan share, untuk mengetahui seberapa efektif kampanye pemasaran online mereka dalam membangun kesadaran merek dan memperkuat loyalitas konsumen.

4) Menganalisis data penjualan

Menganalisis data penjualan dapat membantu UMKM Home Industry jagung untuk mengetahui seberapa efektif strategi pemasaran online mereka dalam meningkatkan penjualan produk. Data penjualan dapat memberikan informasi tentang produk yang paling laku, waktu pembelian yang paling banyak, dan segmen pasar yang paling menguntungkan. Hal ini dapat membantu UMKM Home Industry jagung dalam mengoptimalkan strategi pemasaran online mereka di masa depan.

5) Mengumpulkan feedback dari konsumen

Mengumpulkan feedback dari konsumen dapat membantu UMKM Home Industry jagung untuk mengetahui seberapa baik strategi pemasaran online mereka dalam memenuhi kebutuhan konsumen. UMKM Home Industry jagung dapat menggunakan survei online atau wawancara langsung untuk mengumpulkan feedback dari konsumen tentang produk dan kampanye pemasaran online. Feedback dari konsumen dapat memberikan wawasan berharga tentang kelebihan dan kekurangan strategi pemasaran online UMKM Home Industry jagung.

Dari analisis tersebut, dapat disimpulkan bahwa UMKM Home Industry jagung perlu melakukan evaluasi yang baik untuk mengetahui sejauh mana strategi pemasaran online mereka berhasil dalam meningkatkan penjualan produk dan memperkuat merek. Evaluasi yang baik dapat dilakukan dengan cara mengukur trafik website, menganalisis konversi, mengukur engagement di

media sosial, menganalisis data penjualan, dan mengumpulkan feedback dari konsumen. Dengan melakukan evaluasi yang baik, UMKM Home Industry jagung dapat mengevaluasi keberhasilan strategi pemasaran online mereka dan mengembangkan strategi pemasaran online yang lebih efektif di masa depan (Kurniawan, D. and Wijaya, A. ,2021).



Gambar 1.
Pelaksanaan Kegiatan PKM

KESIMPULAN

Dari analisis sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa penerapan strategi pemasaran online pada UMKM Home Industry jagung di Indonesia memberikan banyak manfaat dalam mempromosikan produk dan meningkatkan penjualan. Namun, ada beberapa tantangan dan risiko yang perlu diperhatikan oleh UMKM Home Industry jagung dalam menerapkan strategi pemasaran online, seperti keterbatasan infrastruktur dan teknologi, persaingan yang semakin ketat, perubahan perilaku konsumen, risiko keamanan data, dan perlu adanya pengetahuan dan keterampilan khusus dalam bidang digital marketing. Untuk mengatasi tantangan dan risiko tersebut, UMKM Home Industry jagung perlu mempertimbangkan infrastruktur dan teknologi yang tersedia sebelum menerapkan strategi pemasaran online, mengembangkan strategi pemasaran online yang unik dan efektif, memantau dan mengikuti tren perilaku konsumen terbaru, menerapkan langkah-langkah keamanan data yang cukup, serta melatih atau merekrut sumber daya manusia yang memiliki pengetahuan dan keterampilan dalam bidang digital marketing.

Dalam mengevaluasi keberhasilan dari penerapan strategi pemasaran online, UMKM Home Industry jagung dapat menggunakan beberapa cara, seperti mengukur trafik website, menganalisis konversi, mengukur engagement di media sosial, menganalisis data penjualan, dan mengumpulkan feedback dari konsumen. Evaluasi yang baik dapat membantu UMKM Home Industry jagung untuk menyusun strategi pemasaran online yang lebih efektif dan terukur di masa depan. Dalam keseluruhan analisis tersebut, dapat disimpulkan bahwa penerapan strategi pemasaran online dapat menjadi salah satu solusi bagi UMKM Home Industry jagung untuk mempromosikan produk dan meningkatkan penjualan di era digital yang cepat berkembang. Namun, tantangan dan risiko yang ada perlu diperhatikan dengan baik dan evaluasi yang baik perlu dilakukan untuk memastikan keberhasilan dari penerapan strategi pemasaran online tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Aryani, A. and Kurniawan, D. (2021). The Effect of Social Media Marketing on Brand Awareness and Brand Loyalty: A Study on Indonesian SMEs. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(7), pp. 1111-1119.
- Asri, A., & Sihabudin, A. (2021). The Effect of E-Commerce Marketing on the Performance of Small and Medium Enterprises. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(7), 1219-1231.
- Hidayat, R., Abadi, F. and Mukhlis, I. (2021). Pengaruh Kebijakan Pemerintah Terhadap Peningkatan Produksi Jagung di Indonesia. *Jurnal Perspektif Ekonomi Darussalam*, 4(1), pp. 68-78.
- Kurniawan, D. and Wijaya, A. (2021). The Effect of Social Media Marketing and E-Commerce on Small and Medium Enterprises (SMEs) Performance During the Covid-19 Pandemic. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(7), pp. 1091-1100.
- Puspitasari, E., & Putri, R. (2021). The Effect of Digital Marketing on Small and Medium Enterprises (SMEs) Performance in Indonesia. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(7), 1265-1278.
- Suryana, E. (2021). The Effect of Social Media Marketing on Business Performance of Small and Medium Enterprises in Indonesia. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(7), 1195-1207.
- Sutanto, A. and Yulianto, P. (2019). *Jagung sebagai Sumber Pangan dan Energi*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.