

kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam penelitian kualitatif". Teknik triangulasi dengan sumber pada penelitian ini dilakukan dengan cara sebagai berikut:

- a. Membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara.
- b. Membandingkan apa yang dikatakan orang didepan umum dengan apa yang dikatakannya secara pribadi.
- c. Membandingkan apa yang dikatakan orang-orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakan sepanjang waktu
- d. Membandingkan keadaan dan perspektif seorang dengan berbagai pendapat dan pandangan orang.
- e. Membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan.⁵⁸

⁵⁸ *Ibid*, hlm 33.

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Deskripsi Objek Penelitian

Desa sentulan dikenali dengan penduduknya yang mayoritas pedagang baik itu dalam segi Usaha mebel, dan lain-lain. salah satunya usaiha mebel Bapak nurul yang masih eksis sampai saat ini walaupun cara memasarkannya masih menggunakan mulut kemulut, tapi sudah banyak yang cocok dengan hasil produknya. Terbukti bulan puasa kemaren bapak nurul sudah mengirimkan beberapa produk mebelnya diantaranya lomari, kursi, tempat tidur dan tempat televisi.⁵⁹

Usaha mebel Bapak nurul berdiri 10 tahun lalu atau sekitar tahun 2010. Awalnya Bapak nurul bukanlah bukan pengusaha mebel, melainkan kerja keluar kota. Namun seiring berjalannya waktu Bapak nurul berhenti kerja keluar kota, Teruslah bapak nurul mulai merintis usaha mebelnya demi memenuhi kebutuhan keluarga, Lalu sekitar tahun 2010 barulah bapak nurul merintis usaha mebel dari O. Awalnya mebel bapak nurul ini hanya memproduksi kusen, pintu rumah lalu selanjutnya dapat meningkat dan bertambah memproduksi segala macam kursi (Kursi sofa, Kursi spon, Kursi pojok, dll) dan segala macam tempat tidur, Semakin berjalannya waktu, dari tahun ke tahun pendapatan semakin meningkat sehingga ditahun 2017 Usaha Bapak nurul sudah banyak dikenal orang, dan sampai saat ini usaha mebel bapak nurul tambah banyak dikenal orang dan memiliki dua karyawan.⁶⁰

B. Pemahaman dan Pengetahuan Para Pelaku Usaha Terhadap Digital Marketing

Dengan semakin berkembang zaman, *tren marketing* juga semakin berkembang. Semakin canggih teknologi dan dunia internet, maka perkembangan *digital marketing* di Indonesia pun semakin

⁵⁹ Bapak nurul (Pemilik usaha) *Wawancara* tanggal 25 Januari 2023

⁶⁰ Bapak nurul (pemilik usaha) *Wawancara* tanggal 01 Februari 2023

berkembang sangat pesat. Orang-orang yang asal mulanya memasarkan produknya secara tradisional kini mulai melebarkan sayapnya ke dunia digital. Secara umum *digital marketing* adalah suatu kegiatan dari pemasaran yang menggunakan media *digital* ataupun internet. Meskipun bukan merupakan hal yang baru lagi saat ini, namun dunia digital marketing ini terus tumbuh dan berkembang seiring dengan perkembangan zaman. Di masa *digital* ini, seorang pengusaha harus mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi. Mereka dapat diharapkan dapat menerapkan digital marketing dalam bisnisnya. Beberapa hal yang harus diperhatikan adalah pemahaman dan pengetahuan tentang digital marketing oleh para pelaku Usaha mebel.⁶¹

Pada waktu wawancara, peneliti memahami sebuah informasi mengenai pengetahuan serta pemahaman pelaku usaha mebel mengenai digital marketing kepada para pengusaha. Menurut Darisfa Yuskadiansyah Digital marketing yaitu suatu kegiatan promosi disegala platform yang mana bisa dijangkau oleh semua orang saat ini dan juga mudah untuk diakses di internet, sehingga menambah nilai penjualan dan juga target yang diharapkan oleh manajemen. Menurut Cut Utia Digital marketing adalah pemasaran yang dilakukan secara online seperti di instagram, tiktok, fecebook, dan lain-lain. Menurut Rizky Afriza Digital marketing adalah pemasaran secara online yang sangat berpengaruh dan berperan sangat penting di dalam promosi usaha. Menurut Muhammad Ghalih Ramdhani Digital marketing secara umum adalah pemasaran melalui media sosial seperti instagram, whatsapp dan juga aplikasi online seperti grabfood dan gofood. Menurut Musanna Digital marketing adalah pemasaran melalui media sosial. Menurut Nanda Digital marketing adalah pemasaran melalui media sosial, endorsement dan sebagainya. Menurut Muhammad Abrar Perdana Digital marketing adalah sebuah kegiatan

⁶¹ Amalia, Alfi., Wahyu, H., dan Agung, B. (2012). "Analisis Pengembangan Usaha Pada Usaha UMKM Batik Semarang Di Kota Semarang". *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*. 01(1).

pemasaran melalui aplikasi digital atau online seperti sosial media berupa instagram, tik-tok, dan aplikasi pesan antar.

Selanjutnya menurut Fathur Rizki Zulyus Digital marketing merupakan kegiatan promosi pada aplikasi-aplikasi digital seperti instagram, tik-tok dan grabfood serta gofood. Menurut Fajri digital marketing adalah pemasaran melalui media sosial seperti endorsement. Menurut Muhammad Fathur digital marketing adalah suatu kegiatan promosi yang menggunakan media digital seperti instagram, facebook dan grabfood. Menurut Rafi digital marketing merupakan suatu kegiatan membuat konten-konten untuk di posting di instagram yang bertujuan untuk mempromosikan sebuah usaha. Menurut Yunis *digital marketing* adalah sebuah kegiatan promosi yang dilakukan pada *platform* media sosial. Menurut Haswin Fikri digital marketing yaitu pemasaran online berupa instagram, whatsapp dan sebagainya.

Menurut Nabilla Adetha *digital marketing* adalah adalah suatu aktivitas promosi, untuk memperkenalkan produk maupun jasa menggunakan media *digital*. Menurut Muhammad Rafi Rinaldi digital marketing ialah tempat dimana para pelaku dapat mempromosikan usaha/bisnisnya dengan mudah dan efektif. Menurut Riska digital marketing adalah sebuah kegiatan promosi online yang sangat penting untuk dilakukan untuk menarik minat para konsumen.

Dari hasil pemaparan yang telah dilakukan, rata-rata menurut yang mereka berikan serupa. Para pelaku usaha bisa mengungkapkan terkait makna dari apa itu digital marketing. Meskipun masih ada beberapa yang tidak bisa mengungkapkan makna dari digital marketing dengan baik, tetapi pada intinya mereka sudah paham dan mengerti tentang digital marketing itu sendiri. Para pelaku usaha mebel juga telah memahami dan mengetahui mengenai penerapan strategi digital marketing meskipun hanya secara garis besar saja. Hal ini dapat ditunjukkan dari penerapan strategi digital marketing yang sudah dilakukan seperti instagram, facebook tik-tok dan juga layanan aplikasi pesan antar. Menurut mereka,

penggunaan digital marketing sangat bermanfaat dalam mempromosikan produk yang mereka jual. Hal ini menjadikan usaha mereka semakin dikenal oleh semua orang dan berdampak sangat positif terhadap peningkatan penjualan atau omset yang didapatkan.

C. Peran Digital Marketing Pada Usaha Pak Nurul

Usaha Kecil Mikro Menengah (UMKM) telah memberikan arti penting yang signifikan dalam menyediakan mata pencaharian masyarakat dan sebagai pilihan dalam membuka lapangan pekerjaan. Dalam pengoptimalan UMKM terhadap perekonomian sangat terkait pada nilai produktivitas dan kreatifitas pengembangan usaha itu sendiri. Di era teknologi seperti saat ini, dimana informasi bergerak dengan sangat cepat mengharuskan setiap pelaku usaha untuk mampu bersaing dan menumbuhkan jaringan usahanya ke seluruh penjuru masyarakat luas.

Peran dari teknologi khususnya digital marketing yang sudah dimanfaatkan oleh bapak nurul mengalami peningkatan yang sangat baik. Dari hasil penelitian yang sudah dilakukan di industri pak nurul di Kabupaten probolinggo, yaitu UMKM di bidang mebel usaha yang berjalan dibidang kerajinan tangan dengan nama bapak nurul.

Perkembangan usaha tersebut semakin meningkat dan sudah dapat dijangkau luas oleh masyarakat probolinggo bahkan diluar probolinggo. Untuk mengetahui penggalian data dari usaha/ bisnis yang di bangun dan di motori langsung oleh bapak nurul ini peneliti telah melakukan wawancara sesuai dengan panduan penelitian dengan pemilik usaha home made, pemilik usaha mebel. Berikut data-datanya.

D. Perkembangan UMKM Home Industri Mebel Bapak Nurul

Strategi home industri mebel Bapak Nurul dalam menjangkau konsumen yang tepat perlu ditinjau dari sisi strategi marketingnya yaitu segmenting, targeting, dan positioning. Home made mebel Bapak Nurul menawarkan berbagai aneka mebel, dari kursi, meja, lemari dan tempat tidur dan pondasi kayu untuk pembangunan rumah.

E. Penerapan Digital Marketing pada usaha mebel pak nurul

Penerapan digital marketing khususnya sosial media seperti instagram dan layanan jaringan sosial misalnya go food and grab food. Media digital marketing telah memainkan peran penting dalam pengembangan bisnis para pelaku usaha di kabupaten probolinggo sampai hari ini. Dan contohnya seperti home industri, mebel pak nurul, sekarang selain dikenal oleh masyarakat kabupaten probolinggo, juga sudah menarik perhatian masyarakat yang berada di luar kabupaten probolinggo. Berikut ini penerapan digital marketing usaha home industri yang mampu meningkatkan pendapatan usahanya. Pemilik mengakui memasarkan dan mempromosikan produknya melalui digital marketing yaitu instagram mampu meningkatkan penjualan perharinya secara signifikan, hal tersebut juga karena endorsment dimana para influencer memberikan feedback sehingga followers pak nurul mebel juga ikut bertambah dan lebih dikenal orang didalam dan diluar probolinggo. Melalui tik tok pemilik juga rajin membuat konten promosi agar menarik banyak orang, bahkan dengan media tersebut orang penasaran dengan usahanya dan mencari tahu instagram dan layanan untuk pemesanan produk tersebut melalui go food dan grab food. Hal itu yang menjadikan tik tok menjadi media promosi yang paling ampuh saat ini.

Sedangkan pemilik usaha juga mengatakan hal yang serupa, awal mula berkembangnya usaha mereka yaitu karena kenaikan dari pengikut di instagram lalu banyaknya review dari usaha mebel mereka sampai akhirnya pemilik bisa mencoba dan memulai produksi kemudian membagikannya hasil produksi tersebut ke media sosial Melalui Tik Tok, Instagram, Facebook dan Snack video, juga tak kalah pelanggan yang membeli produk mebel melalui layanan jaringan sosial inilah bisa memudahkan pelanggan dalam membeli produk jika ada pelanggan yang tidak sempat pergi ke tempat produksi pak nurul. Pada awal usaha tahun 2010 pemilik langsung promosi lewat media digital instagram, awalnya pengikutnya hanya teman-temannya saja, lalu lama kelamaan karena

peranan digital marketing pengikut instagramnya naik dan pesanan dari pelanggan juga sudah melonjak drastis. Selain instagram juga mempromosikan usahanya melalui google maps. Selain itu juga wajib melakukan endorsment sebulan sekali dan juga selalu update di insta story mengenai produk apa saja yang tersedia di hari tersebut. Kesimpulan dari usaha mebel pak nurul tersebut ialah penerapan digital marketing sangat banyak memiliki peran dalam pemasaran dan promosi. Konsistensi dalam memasarkan produk melalui digital marketing juga membutuhkan kesabaran karena hasilnya membutuhkan waktu yang tidak singkat tetapi harus mau berproses. Dan yang paling mudah dan efektif dalam memasarkan dan mempromosikan produk usaha yaitu media sosial, seperti instagram dan tik tok. Media lain dalam digital marketing seperti layanan jaringan sosial juga mampu memberikan feedback yang positif terhadap sebuah bisnis.

F. Peningkatan pendapatan pelaku usaha dalam memasarkan produknya melalui media digital marketing

Peran dari digital marketing yang paling utama yaitu dalam peningkatan pendapatan suatu Usaha, seperti halnya UMKM pak nurul yang mengalami kenaikan pendapatan atau penghasilan mereka hingga 50%, hal tersebut berbanding terbalik dengan pemasaran sebelum digital marketing yang hanya sekitar 10% total pendapatan mereka. Dengan pendapatan hm dessert saat ini, pemilik mengakui masih jauh jika untuk memenuhi kebutuhan keluarga, akan tetapi untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari pemilik itu sudah jauh dari cukup. Alasannya, karena usaha ini masih terbilang baru dan masih membutuhkan proses yang panjang untuk menjadikan hm dessert ini UMKM unggulan yang akan terus berkembang. Kemudian dari hasil penelitian, pelaku UMKM bebel pak nurul juga memaparkan bahwasanya standar pendapatan mereka dalam seminggu bisa laku sekitar 10 set kursi, Meja atau lemari, sebelum usaha ini berkembang seperti saat ini total penjualan perhari cuma 3 set sampai 4 set kursi, meja atau lemari saja. Hal ini dikarenakan sekarang usaha mebel

pak nurul sudah ada tempat produksi, sehingga semakin banyak orderannya. Dengan total penjualan 10 set, pendapatan perminggu yang mereka dapatkan bisa mencapai Rp 5.000.000/minggu. Pemilik sudah mampu memenuhi kebutuhan keluarganya dengan pendapatan saat ini, bahkan pemilik mempunyai target kedepannya untuk bisa buka produksi mebel dan menambah berbagai varian mebel. usaha yang baru terbilang sudah sejak lama dijalankan yaitu pada tahun 2010, juga sangat drastis mengalami peningkatan dalam penjualan dan pendapatan perhari karena peranan dari digital marketing. Keuntungan perharinya bisa Rp sekitar 800.000 - 1.000.000, tapi jika sedang banyak ordearan mencapai Rp 6.000.000 perharinya sehingga rata-rata penerimaannya perhari Rp 3.500.000. Dengan keuntungan yang pemilik dapatkan saat ini sudah mampu memenuhi kebutuhan keluarga dan dirinya sendiri, bahkan pemilik dari mebel ini sudah banyak sekali menggelar promosi atau diskon terkhusus di bulan suci ramadhan. Berdasarkan hasil wawancara diatas, peningkatan pendapatan sangat erat halnya dengan beberapa indikator seperti jumlah rata-rata penerimaan perhari, keuntungan maksimalnya, dan dengan pendapatan tersebut apakah sudah bisa memenuhi kebutuhan keluarga atau belum. Kesimpulan dari pelaku usaha tersebut ialah peningkatan pendapatan mereka naik karena peranan dari media digital marketing, dengan pendapatan yang mereka terima saat ini juga sudah bisa memenuhi kebutuhan keluarga, setidaknya kebutuhan diri sendiri sudah terpenuhi.

G. Pendapat para pelaku UMKM terkait peran digital marketing terhadap perkembangan usaha.

Perkembangan teknologi dunia digital tentunya mempengaruhi dunia pemasaran, terutama untuk usaha mikro kecil dan menengah (UMKM). Kehadiran pemasaran digital sering dianggap lebih berhasil dan efektif karena dengan mudah mendapatkan calon konsumen dibanding dengan

pemasaran konvensional. Peneliti mencoba untuk mencari tahu mengenai pendapat usaha mebel pak nurul dalam menyikapi peranan digital marketing terhadap perkembangan usahanya. Menurut pendapat pemilik usaha mebel pak nurul keterkaitan digital marketing dengan perjalanan usahanya sampai saat ini sangat berpengaruh, karena dengan media digital usaha ini dengan cepat dikenal oleh masyarakat probolinggo dan bahkan hingga keluar daerah probolinggo, seperti pasuruan, Surabaya, dan banyak daerah lainnya. Pemilik mengaku bahwa saat ini usaha mebel sudah sesuai dengan harapannya, untuk kedepannya ia akan terus menjaga kualitas, harga, dan selalu melakukan perbaikan demi memberi kepuasan terhadap pelanggan mebel pak nurul. Penggunaan digital marketing sangat berperan dalam pengembangan usaha hm dessert, melalui media instagram hm dessert mampu menjangkau pasar yang lebih luas. Berikut ini pemaparan dari pemilik usaha djajanan kekinian terkait pendapatnya mengenai peran digital marketing terhadap perkembangan usahanya. Pemasaran melalui media digital marketing menjadi nomor satu baginya, karena di era industri 4.0 ini semuanya serba canggih, akan sulit sekali jika memulai suatu usaha yang hanya mempromosikan lewat mulut ke mulut. Karena saat ini, semua orang mempunyai ponsel pintar, bahkan tak kenal usia semuanya punya. Pemilik merekrut karyawannya juga dari media digital yaitu instagram. Menurut pemilik djajanan kekinian ini, pemasaran atau penjualan yang dilakukan secara langsung atau offline juga sangat berperan dalam perkembangan usaha ini, karena tempat produksi di rumahnya ini juga selalu ramai dikunjungi oleh pelanggan setianya. Sejauh ini usaha mebel ini sudah sesuai dengan harapan pemilik, target pemilik kedepan yaitu menambah jenis produksi mebel dan buka toko produksi cabang. Tidak ada yang salah mengenai penggunaan pemasaran digital atau konvensional, dan tidak memihak diantara keduanya. Menurut pendapat pemilik djajanan kekinian, pemanfaatannya harus dikombinasikan agar manfaat pemasaran yang dirasakan pelaku usaha semakin besar dan luas. Sedangkan pemilik usaha mebel pak nurul

keterkaitan dari media digital marketing sudah sangat erat dengan usahanya sejak tahun 2010 silam. Pelanggan mebel ini kebanyakan masyarakat asli probolinggo, melalui instagram dapat mempererat ikatan dengan konsumen dan bahkan pelanggan juga sering datang ke toko. Jadi menurut pemilik, peranan toko atau pemasaran offline juga terkait dengan perkembangan usahanya. Kedua proses pemasaran baik secara online dan offline sama-sama memiliki peran yang sangat penting dalam perjalanan usaha produksi mebel pak nurul sejak tahun 2010 hingga saat ini. Pemilik usaha mebel ini setuju bahwa pelaku UMKM juga harus menggunakan pemasaran online dan offline, karena keduanya mempunyai kelebihan. Dengan adanya toko menjadi target pasar dalam menjalin hubungan dengan banyak konsumen yang datang langsung ke toko apalagi dengan pelanggan setia, dengan begitu konsumen bisa memiliki loyal yang tinggi. Dari hasil penelitian tersebut terdapat beberapa intisari yang mendasari peran dari digital marketing yang memberikan pengaruh positif terhadap pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

1. Digital marketing dapat menjangkau pelanggan dengan lebih luas tanpa adanya batasan, pelaku usaha hanya perlu melakukan analisa target pasar dalam menjangkau pelanggan agar menarik pelanggan yang melihat produk suatu usaha. Hal tersebut sesuai dengan indikator digital marketing yaitu transaction/cost dimana digital marketing memiliki efektivitas tinggi dalam mengurangi biaya dan waktu transaksi.
2. Digital marketing memiliki incentive program yaitu program menarik yang dapat memberi manfaat dalam setiap promosi yang dilakukan suatu perusahaan sehingga dapat membawa nama perusahaan itu agar lebih dikenal oleh konsumen.
3. Peran digital marketing sebagai interactive, yaitu penghubung komunikasi dua arah dengan pengusaha dan pembeli yang bertujuan untuk menjaga hubungan dan dapat memberikan data secara cepat dan jelas

4. Media pada digital marketing seperti sosial media instagram juga mampu membangun customer engagement dengan cepat, sehingga nama dari suatu usaha dengan cepat di ingat oleh konsumen.
5. Site design, berupa tampilan menarik pada digital marketing terutama periklanannya yang dapat menawarkan manfaat positif bagi suatu usaha.

H. Kendala dan Manfaat Penerapan Digital Marketing bagi Pelaku UMKM dalam Memasarkan Produknya

Dari kegiatan pemasaran digital terdapat dampak dari komponen pemasarannya terlebih dari sisi produk, harga, tempat, dan persaingan. Menurut pemilik usaha mebel pak nurul kendala yang pertama adalah persaingan dimana pesaing lain yang sama-sama menjual produksi mebel juga memiliki inovasi yang lebih menarik dibanding usahanya yang masih terbilang baru. Kendala dalam promosi melalui media instagram juga ada, misalnya ketika proses endorsment juga harus menggait selebgram yang sedang naik daun, jika tidak usaha ini mungkin tidak dilirik orang banyak, dalam segi postingan di instagram juga harus menarik agar tidak kalah dari pesaing lain. Yang terakhir yaitu kendala tempat pemasarannya yang masih di rumah, jadi meskipun sudah ada alamat lokasinya dengan jelas tetapi konsumen juga masih sering kebingungan dengan alamat rumah produksi mebel pak nurul karena lokasinya masuk pelosok atau pedesaan. Berikutnya kendala yang dipaparkan oleh pemilik usaha mebel pak nurul, dimana yang menjadi kendalanya yaitu mengenai promosi dan persaingan. Konten yang disajikan harus menarik perhatian orang tetapi tetap berkualitas dan masih di jalur promosi produk-produk usahanya, kemudian endorsment harus konsisten untuk menaikkan jumlah pengikut instagramnya agar tidak kalah saing dari usaha lain. Untuk manfaat ketika awal-awal promosi sering diabaikan orang lain, tetapi karena konsistensi dalam promosi dan kerja sama dengan layanan jaringan sosial usaha mebel ini mulai dilirik masyarakat dan dipercayai oleh pelanggan-pelanggannya. Selanjutnya kendala yang diungkapkan pemilik usaha mebel mengenai

kendala pembayaran atau transfer uang dari konsumen yang sering terlambat dan bahkan ada yang kelupaan dan bilangannya sudah padahal belum, sehingga karena hal tersebut barang jadi terkendala tidak bisa diproses karena bisa sewaktu-waktu pelanggan yang seperti itu membatalkan pesannya. Kemudian kendala pengiriman barang yang diluar probolinggo yang sering menjadi keluhan konsumen karena barang yang rusak ketika produk sampai ke pelanggan. Untuk manfaat, baik pemasaran online melalui media digital atau offline di toko keduanya memiliki peranannya masing-masing. Manfaat media digital bisa meningkatkan penjualan mebel pak nurul dalam jumlah yang drastis hingga keluar daerah, kalau pemasaran di toko saja juga memiliki manfaat dengan menjaga hubungan baik dengan pelanggan secara langsung, sehingga menjadi alasan tersendiri untuk pelanggan tersebut menjadi langganan di mebel pak nurul. Kesimpulan dari ketiga pelaku usaha diatas yaitu, setiap promosi dan pemasaran melalui media digital marketing tidak selalu berjalan mulus, apalagi saat awal-awal pasti berat karena belum dikenal orang. Kendalanya mulai dari engagement di sosial media, kendala terhadap konten yang disajikan harus menarik, kendala tempat produksi yang mungkin kurang strategis sampai pada kendala pelanggan dalam pengiriman barang secara online. Tidak hanya itu, manfaat dari pemasaran dan promosi melalui digital marketing juga tak kalah hebat, karena dengan media digital marketing, usaha ketiga pelaku UMKM tersebut berkembang menjadi usaha yang mampu bersaing di pasaran.

I. Analisis Pemanfaatan Digital Marketing Dalam Meningkatkan Pendapatan UMKM

Kemajuan teknologi informasi berkembang pesat, sebagian Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) menggunakan teknologi untuk mempertahankan usahanya. Meningkatnya jumlah pesaing menjadi pertimbangan bagi para pengusaha untuk lebih baik dalam melakukan inovasi terhadap usahanya agar mampu bersaing dalam persaingan. Strategi pemasaran yang tepat digunakan demi mencapai tujuan agar dapat

meraih target pasar yang dituju sehingga meningkatkan penjualan yang otomatis mempengaruhi tingkat kenaikan pendapatan UMKM. Berdasarkan hasil penelitian yang dikumpulkan melalui wawancara dengan pemilik usaha produksi mebel, yang merupakan UMKM di Kabupaten Probolinggo. Perkembangan teknologi mendorong pelaku UMKM untuk menyesuaikan diri dalam proses pemasaran. Pemasaran melalui digital dengan memanfaatkan sosial media instagram dan layanan pesan antar seperti gofood dan maxim maupun media lain seperti google map. Dalam pemasarannya melalui instagram, mereka memanfaatkan tools seperti social rank yang berguna untuk menganalisis pengikut berdasarkan engagement tertinggi sehingga dengan konten yang diunggah ketiga UMKM tersebut apabila menarik oleh pengguna instagram maka dapat meningkatkan jumlah pengikut. Fitur-fitur instagram seperti instagram stories, instagram tv, dan instagram reels juga dimanfaatkan untuk mempromosikan produk ketiga UMKM tersebut, sehingga instagram memungkinkan untuk menjangkau pelanggan dalam jumlah yang tak terbatas dan membantu ketiga usaha tersebut untuk memperluas jangkauan pemasarannya secara signifikan. Kekurangan ketiga UMKM tersebut dalam pemasaran melalui media instagram yaitu belum diterapkannya fitur instagram ads dan direct purchase yang berguna untuk kemudahan konsumen dalam membeli produk hanya melalui feeds yang dapat terhubung dengan website. Pelaku UMKM mengungkapkan bahwa penggunaan teknologi mampu memberi kemudahan kepada mereka dalam proses pemasaran termasuk promosi karena saat ini rata-rata konsumen sudah aktif di media digital terutama sosial media. Aktivitas yang dilakukan mebel pak nurul tersebut memfokuskan pada tujuan promosi usaha ke dalam jangkauan pasar yang lebih luas dan untuk meningkatkan pendapatan usaha.

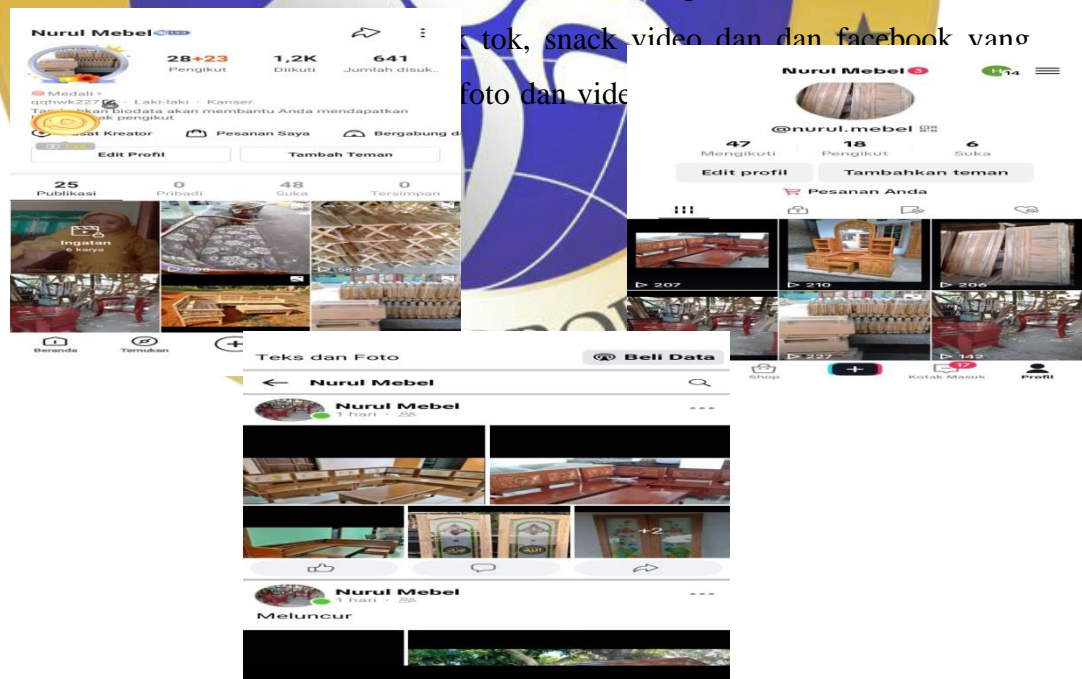
Selain sosial media instagram, salah satu pelaku UMKM yaitu hm dessert menggunakan sosial media tik tok sebagai media promosi, strategi yang digunakannya adalah mengunggah konten berupa video produk dan

konten promosi yang mengandung unsur hiburan sehingga lebih menarik konsumen.

Instagram menjadi media pemasaran utama saat ini bagi usaha mebel pak nurul menjadikan instagram sebagai strategi promosi, sementara produksi dan pemasarannya di outlet dan toko, hal tersebut dinilai mampu meningkatkan pendapatan atau omset penjualan. Dikatakan langsung ketiga pelaku usaha tersebut bahwa peningkatan pendapatan melalui *digital marketing* bisa mencapai 50% dari pendapatan penjualan secara konvensional.

Instagram marketing yang digunakan ketiga UMKM tersebut yaitu akun bisnis (*Instagram for Business*) dengan layanan khusus bisnis. Ketiga pelaku usaha tersebut memanfaatkan media pada *digital marketing* yang awalnya hanya menargetkan pada lingkungan terdekat seperti kerabat sehingga lebih mudah mendapatkan kepercayaan terhadap usaha mereka.

Berikut ini akun bisnis usaha mebel pak nurul tersebut di sosial



Dalam hal eksistensi, mebel pak nurul lebih terlihat keberadaanya aktif di media sosial dibandingkan hm dessert dan

djajanan kekinian. Usaha mebel pak nurul memperbarui informasi di instagram seminggu 3 sampai 4 kali. Tetapi untuk informasi mengenai persediaan produk usaha mebel pak nurul tersebut biasanya memperbarui informasi setiap kali ada stok yang baru atau stok yang habis. Dengan konsistensi pelaku usaha dalam memperbarui informasi produk akan mendorong konsumen untuk membeli produk mereka.

Berbagai fitur pada instagram yang saat ini semakin mempermudah dan memfasilitasi para pelaku usaha yang mempunyai akun bisnis agar lebih efektif dalam menampilkan produk usaha mereka. Misalnya pada instagram yang tersedia fitur *insta story* dan *live story*. Produk yang diunggah melalui *insta story* dapat berupa foto atau video yang berdurasi 10 detik, selain itu unggahan *instastory* juga dapat memicu eksistensi keaktifan ketiga pelaku UMKM tersebut pada media instagram.

J. Meningkatkan Pendapatan Usaha

Dari hasil penelitian dengan usaha mebel pak nurul yakni mengaku bahwa dengan perjalanan usaha dari awal hingga saat ini, peranan dari *digital marketing* sangat berperan dalam meningkatkan pendapatan usaha mereka. Hal itu dipengaruhi oleh kemudahan konsumen dalam mengakses informasi bisnis ketiga pelaku UMKM terlebih dalam pemesanan produk.

Hal ini juga didukung oleh penelitian dari Sellito (2004), penggunaan *digital marketing* dapat meningkatkan pendapatan bahkan jika bisnisnya di lokasi terpencil sekalipun. Ketiga pelaku usaha setuju bahwa *digital marketing* menjadikan penjualan mereka meningkat sehingga pendapatan ikut serta meningkat yang dipengaruhi oleh pemasaran *digital* yang dapat menjangkau pembeli dan memudahkan pembeli untuk mendapatkan informasi yang telah disediakan melalui sosial media maupun media digital lainnya.

Perkembangan Pendapatan usaha Mebel Pak Nurul Melalui Pemasaran *Digital*

Pak Nurul	Rata-Rata Pendapatan Per Hari (Rp)		
	Awal Mula	Saat Ini	Persentase Kenaikan Pendapatan (%)
Lemari	Rp 400.000	Rp 850.000	53%
Meja Kursi	Rp 900.000	Rp 1.800.000	50%
Tempat Tidur	Rp 1.000.000	Rp 3.500.000	71%

Berdasarkan tabel diatas, pendapatan dari mebel jenis lemari sebelum memasarkan menggunakan *digital marketing* hanya Rp 400.000 perhari dan setelah menggunakan *digital marketing* meningkat hingga 53% atau Rp 850.000 perharinya. Sedangkan meja kursi pada saat awal mula pemasarannya dengan *digital* pendapatan perharinya Rp 900.000 dan pendapatannya setelah perkembangan usahanya saat ini mencapai Rp 1.800.000 perharinya atau meningkat hingga 50%. Dan yang terakhir yaitu tempat tidur yang mengalami kenaikan pendapatan 71% dimana pendapatannya saat awal mula pemasaran *digital* hanya Rp dan mengalami peningkatan dalam perkembangan usahanya saat ini hingga Rp 3.500.000 perharinya.

Dari tabel di atas disimpulkan bahwa para pelaku usaha mengalami peningkatan pendapatan saat awal mula usaha hingga perkembangan usaha saat ini, persentase kenaikan pendapatan rata-rata 50% hingga 71%, hal itu menunjukkan peranan digital.

Persentase kenaikan pendapatan tersebut didapat dari rata-rata pendapatan perhari pelaku usaha, hal itu juga dikarenakan beberapa hal seperti konsumen tidak sulit untuk berinteraksi langsung dengan penjual yang selanjutnya juga mempermudah konsumen dalam mengetahui informasi mengenai usaha tersebut, mulai dari harga produk, promo, dan sebagainya.

Marketing mampu membawa dampak positif terhadap

perkembangan usaha mebel pak nurul. Persentase kenaikan pendapatan didapat berdasarkan hasil dari pengurangan pendapatan saat ini dikurangi pendapatan awal, kemudian nilai selisih dibagi dengan nilai pendapatan saat ini dikalikan 100%, sehingga dapatlah persentase kenaikan pendapatannya.

Dari hasil penelitian, terdapat beberapa indikator yang dapat memaksimalkan penerimaan pendapatan suatu usaha seperti teori dari (Patty dan Rita, 2015), sebagai berikut:

- 1) Rata-rata penerimaan dari penjualan/hari (Rp). Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan dari rata-rata penerimaan ketiga pelaku UMKM meningkat positif disebabkan peranan *digital marketing*, rata-rata penerimaan perhari meningkat hingga 71%.
- 2) Dengan keuntungan maksimal kesejahteraan akan ikut meningkat. Keuntungan ketiga UMKM berdasarkan hasil wawancara sudah dapat meningkatkan kesejahteraan usaha, hal itu dibuktikan dengan perkembangan usaha yang semakin maju.
- 3) Pendapatan dapat memenuhi kebutuhan keluarga. Berdasarkan pemaparan hasil wawancara, pendapatan yang diterima ketiga UMKM tersebut sudah mampu memenuhi kebutuhan pribadi dan keluarga.

Pemilik usaha produksi mebel pak nurul mengungkapkan bahwa peranan *digital marketing* membantu mereka dalam menginformasikan dan berkomunikasi langsung dengan pelanggan. Pelaku usaha menyatakan bahwa pemasaran *digital* dapat memperluas pangsa pasar, meningkatkan perhatian konsumen karena pelaku usaha secara konsisten mengupdate informasi produk secara berkala yaitu per minggu atau bahkan per hari serta meningkatkan pendapatan karena usaha tersebut juga bekerja sama dengan aplikasi layanan jaringan sosial sehingga memudahkan konsumen dalam membeli

produk.

Pada umumnya *digital marketing* yaitu pendekatan dalam bidang *marketing* yang dapat menghemat biaya, meningkatkan *customer loyalty* dan bisa membuat pesanan secara efisien dan cepat (Mokhtar, 2015). Digital marketing secara signifikan mengelola informasi dan *customer relationship* (Canavan, Henchion, & O'Reilly, 2007).

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan terhadap usaha mebel pak nurul telah menjalankan proses pemasaran sesuai perintah dalam Islam. Menurut ajaran Islam manusia bekerja untuk meningkatkan kesejahteraan hidup yang lebih baik, hal itu dibuktikan dengan hasil penelitian bahwa usaha tersebut sudah mampu memenuhi kebutuhan hidupnya dan keluarganya dari pendapatan yang di hasilkan dalam proses menjalankan usahanya sampai saat ini.

Kemudian dalam menjalani proses pemasaran dan produksinya usaha tersebut telah menerapkan prinsip pemasaran sesuai teori *Islamic marketing* yang sesuai dengan nilai-nilai Islam, seperti membiasakan keterbukaan, transparansi dan kejujuran, tidak menipu konsumen, dan dapat bersaing secara sehat dengan pesaing lain. Hal ini dibuktikan dari hasil observasi peneliti dan dari wawancara peneliti dengan beberapa pelanggan dari usaha tersebut.

Etika dalam *digital marketing* secara Islam harus disesuaikan dengan karakteristik yang beragama, beretika, realistis dan menjunjung tinggi nilai-nilai kemanusiaan, yang dapat dikategorikan sebagai marketing syariah, yaitu konsep terbaik marketing saat ini untuk masa yang akan datang. *Digital marketing* secara syariah menerima bahwa apa yang dilakukan seseorang akan dipertanggungjawabkan di hari akhirat. Terlebih pemasaran syariah menitik beratkan pada akhlak dan etika dalam pelaksanaannya.