

ANALISIS KARYAWAN MARKETING DIGITAL PADA PELAKU BISNIS TRADISIONAL DI KABUPATEN SUMENEP

Norsain*)

Mohammad Firlie Pranata

Universitas Wiraraja

norsain@wiraraja.ac.id

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Wiraraja

ABSTRACT

Indonesia has entered the digitalization era, people are starting to trade digitally. The online market is increasingly becoming a big hope for quick profits, shifts from convenience stores to online stores are commonplace for business actors. This is a challenge for businesses to find human resources who can operate computers or can make sales online or what is known as digital marketing. Digital marketing is expected to be able to promote existing products in a business in the digital world with the ability to master the digital market. Sumenep is a city that is geographically located on the eastern tip of Madura Island. Business actors in Sumenep are starting to move towards the online market, which requires digital marketing in their business ventures. The results of the discussion show that it can be concluded from the interviewees that of the business actors in Sumenep Regency are dealing with the online market by retaining old employees and conducting training, while the other is by recruiting new employees.

Keywords: *Online market, digital marketing, human resources*

ABSTRAK

Indonesia sudah memasuki era digitalisasi, masyarakat mulai berdagang secara digital. Pasar online semakin menjadi harapan besar untuk mendapatkan keuntungan yang cepat, peralihan dari convenience store ke toko online menjadi hal yang lumrah bagi para pelaku usaha. Hal ini menjadi tantangan bagi para pelaku bisnis untuk mencari sumber daya manusia yang mampu mengoperasikan komputer atau dapat melakukan penjualan secara online atau yang disebut dengan digital marketing. Pemasaran digital diharapkan mampu mempromosikan produk yang ada pada suatu bisnis di dunia digital dengan kemampuan menguasai pasar digital. Sumenep merupakan kota yang secara geografis terletak di ujung timur Pulau Madura. Pelaku usaha di Sumenep mulai beralih ke pasar online yang membutuhkan pemasaran digital dalam usaha bisnisnya. Hasil pembahasan dari narasumber dapat disimpulkan bahwa pelaku usaha di Kabupaten Sumenep memanfaatkan pasar online dengan cara mempertahankan pegawai lama dan melakukan pelatihan, sedangkan lainnya dengan merekrut pegawai baru.

Kata Kunci: Pasar Online, Pemasaran Digital, Sumber Daya Manusia

PENDAHULUAN

Indonesia yang merupakan salah satu negara di dunia yang memiliki berbagai kepulauan daerah yang luas, tentunya dibutuhkan pengangkutan yang efektif dan efisien seperti aman, murah, lancar, cepat, mudah, teratur serta nyaman. Dalam perkembangan pembangunan tentunya diperlukan adanya sebuah transportasi yang lebih efisien sebagai syarat terjaminnya pelaksanaan pembangunan didalam suatu negara. Era digitalisasi merubah segalanya menjadi lebih cepat dan mudah. Sumber daya manusia (SDM) di sektor manufaktur yang memiliki keahlian sesuai dengan perkembangan teknologi terkini akan dibutuhkan di era digitalisasi ini, dengan program prioritasnya adalah peningkatan kualitas SDM. Hal ini didukung pula bahwa dewasa ini, bahwa dunia global yang telah memasuki era revolusi industri 4.0 juga menuntut adanya kecepatan fleksibilitas produksi dan peningkatan layanan kepada konsumen (Pranata,2021). Era revolusi industri 4.0 ini telah mentransformasi berbagai sektor menjadi lebih praktis dan kompleks melalui pemanfaatan teknologi yang terotomatisasi dan terdigitalisasi (Meranti,2018) dalam (utami,2021).

Persaingan yang ketat ini dipandang sulit dihadapi dengan cara-cara biasa. Pemasaran harus masuk pada perilaku baru, perilaku di mana memenuhi harapan konsumen. Artinya, pola lama memerlukan sebuah modifikasi, namun hal ini disadari sebagai cara yang kurang menguntungkan dari sisi pengusaha pemula (Pranata,2021). adapun penelitian lain Mereka harus lebih banyak kehilangan keuntungan dari pada kehilangan banyak pelanggan. Mereka harus dapat melihat kuantitas sebagai basis pemasarannya dengan upaya yang lebih keras dan biaya yang lebih besar (Hotana, 2018).

Fakta ini dapat kita lihat pada penjualan online yang cenderung membutuhkan uang dengan memberikan diskon, harga lebih murah, biaya kirim gratis, penyediaan platform yang ramah dan sebagainya. Tentu keadaan ini disadari oleh perusahaan sebagai cara-cara baru yang dipandang sama dengan mendirikan perusahaan baru namun dengan model digital, yang artinya akan merogoh anggaran besar untuk membangunnya termasuk seluruh sumber daya yang lain. literasi digital memiliki hubungan dengan transformasi digital (Pranata,2024). Literasi digital dapat memprediksi transformasi digital dalam mempengaruhi daya saing usaha mikro dan kecil. Literasi digital mempengaruhi daya saing usaha mikro-kecil baik secara langsung maupun tidak langsung melalui transformasi digital. Pemerataan digitalisasi dan transformasi digital usaha mikro dan kecil hingga ke pelosok harus didukung dengan pemahaman digital yang memadai, kolaborasi dalam skema kerjasama multi sektor yang berkelanjutan yang memungkinkan untuk mencapai dan memenuhi harapan tersebut (Deri,2018).

Seiring perubahan zaman, perilaku konsumsi memasuki babak baru, terutama di era teknologi. Sulit menebak produk atau layanan apa yang diminati. Bahkan model atau gaya konsumsi berubah, membuat segalanya menjadi lebih sulit. Tentu saja ini dampaknya, sudah terasa. Banyaknya toko, mal, supermarket yang tutup adalah buktinya era digital memberikan ruang bagi demokrasi konsumen. Maka hanya ada satu cara, yaitu reformasi pemasaran (Pranata,2021). konsumen di era ini sudah siap dengan online model pembelian. Alasan dasarnya adalah kenyamanan. Kenyamanan yang dimaksud berhubungan atribut pemasaran seperti dapat dilakukan di mana saja, menghemat waktu dan uang, harga lebih murah, metode pembayaran fleksibel, dan pelayanan lebih ramah. (Santy,2020).

Selain itu, perhatikan aspek efisiensi. Mulailah belajar bagaimana menekan anggaran baik bagi perusahaan maupun konsumen, mulai menghadirkan investasi fasilitas jangka panjang yang mampu menekan biaya-biaya operasional, dan pastikan berjalan sebagaimana fungsinya. Dalam kajian ilmiah dikemukakan, bahwa efisiensi menjadi pertimbangan dalam bisnis digital, perusahaan harus bisa mengendalikan waktu dan biaya, keduanya adalah sasaran utama dalam efisiensi. Kedua hal tersebut menjadi perhatian penting bagi konsumen masa kini (Pradiani, 2017).

Mereka memandang, hal baik dari sistem digital adalah akses yang cepat dan hemat. Maka jika perusahaan mampu menghadirkan kedua kebaikan hal tersebut akan memberikan keuntungan yang besar di masa mendatang. Faktor lain yang perlu menjadi pertimbangan adalah menghadirkan nilai yang kompetitif. Kita belajar dari banyak kejadian, bahwa harga menjadi perhatian utama setelah produk (Yuniarti & Mauliana, 2012; Hariyanti & Wirapraja, 2018). Hal tersebut sangat berpengaruh terhadap persaingan dan pengambilan keputusan dalam pembelian.

Hal tersebut menjadi dasar peneliti untuk mencari solusi dalam permasalahan saat ini dimana mencari sumber daya manusia yang bisa mengoperasikan komputer atau dapat melakukan penjualan secara online atau yang dikenal dengan marketing digital sangat minim. Marketing digital diharapkan dapat mempromosikan produk yang ada di suatu usaha di dunia digital dengan kemampuan menguasai pasar digital. Sumenep merupakan kota yang letak geografisnya di ujung timur pulau madura. Para pelaku usaha di sumenep mulai bergerak menuju pasar online yang hal tersebut memerlukan para digital marketing dalam usaha bisnisnya, maka peneliti mencoba untuk mengetahui sejauh mana para pelaku usaha melakukan rekrutmen karyawan marketing digital di kabupaten sumenep.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus deskriptif. Menurut Yin (2014), metode ini bersifat mengekspos dengan tujuan memperoleh gambaran utuh tentang peristiwa di tempat-tempat tertentu. Kemudian, metode penelitian ini juga cocok digunakan dalam penelitian bagi peneliti yang sudah mendapatkan gambaran atau data awal tentang masalah yang diteliti, adapun objek penelitian adalah Toko ataupun UMKM yang ada di kabupaten Sumenep yang mencoba untuk memanfaatkan pemasaran secara digital dengan melakukan rekrutmen karyawan yang memiliki keahlian dibidang marketing digital.

Informan kunci dalam penelitian ini adalah owner atau pemilik usaha yang mulai memanfaatkan media sosial dalam pemasarannya, diharapkan dapat memberikan jawaban terbaik dan berbagi pengalaman terkait masalah penelitian.

Adapun teknik Pengumpulan data dalam studi kasus menggunakan triangulasi, yang menggabungkan antara observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi yang diperlukan untuk data, sehingga hal tersebut bisa menjawab dari pertanyaan dan memberikan solusi terbaik.

Hasil dan pembahasan

Marketing digital merupakan ujung tombak promosi, para wirausaha mulai menerapkan marketing digital untuk mempertahankan pasar demi kelangsungan usahanya.

Marketplace semakin dimasuki tokoh online untuk mempromosikan produksinya dengan mudah.

Peneliti melakukan wawancara sebanyak 67 Owner pemilik Toko dan UMKM yang ada di kabupaten sumenep terkait dalam manajemen sumber daya manusia untuk menjadi ujung tombak promosi dalam media online. Adapun pertanyaan yang diajukan yaitu strategi pemilik usaha dalam menghadapi era digital, merekrut karyawan baru atau melatih karyawan yang sudah ada untuk menghadapi era digital dan cara mengatasi Konflik kerja.

Adapun beberapa jawaban hasil wawancara dari narasumber yang telah dicocokkan terkait wawancara mendalam salah satunya menjelaskan bahwa setiap pemilik usaha pasti memiliki yang namanya strategi Dalam menghadapi Era digital semakin hari semakin maju, Di dalam perusahaan pasti ada yang namanya merekrut karyawan baru karna mungkin di dalam perusahaan tersebut kekurangan karyawan, dan karyawan yg lama juga harus tetap berlatih dalam menghadapi era digital yang semakin maju dan karyawan baru juga harus sama sama belajar agar mereka dapat bekerja sama dan mencapai hasil yang sudah di rencanakan. Di dalam dunia pekerjaan apalagi online yang namanya konflik kerja itu pasti ada kesalahan pahaman dalam bekerja itu adalah hal biasa, tapi di sanalah dapat membuktikan bagaimana cara mengatasi konflik yang terjadi dalam bekerja.

Mental dagang diperlukan yang kuat dimana harus memegang teguh komitmen dengan para konsumen melalui menjaga hubungan baik, pelayanan total dengan mengantar pesanan sampai rumah. Selain itu menetapkan harga yang bersaing tanpa terlalu besar mengambil untung dari konsumennya di Perumahan Menganti Permai. Hal ini penting agar tetap tetap survive dan bersaing secara sehat dan kompetitif.

Tanggapan lain dari narasumber dapat disimpulkan bahwa usaha ini sudah berdiri sejak lama yaitu sejak 25 tahun yang lalu, memiliki 2 cabang toko, sehingga sudah memiliki pelanggan yang banyak, apalagi tempat nya yang strategis berdekatan dengan pasar, omset nya pun perbulan nya kurang lebihnya bisa mencapai 90 Juta. Oleh karena itu, usaha ini lebih mengutamakan pemasaran secara offline karena lebih efektif. Selain itu, Menurut usaha ini jika memasarkan produknya melalui online masih kurang efektif karena pelanggan tidak melihat kualitas produk tersebut, Sehingga dengan penjualan online nya usaha ini memasarkan produknya hanya dengan mengupload produknya di beberapa sosial media yang biasa orang gunakan saja, seperti whatsapp, facebook, dan instagram. Karyawan di usaha ini dilatih untuk kreatif dalam memasarkan produknya. Selama usaha ini berdiri, tidak terjadi banyak konflik, hanya saja pernah terjadi konflik antara karyawan dengan pemilik usaha, Karena ketidakjujuran seorang karyawan. Sehingga karyawan tersebut dikeluarkan dari Toko Risna ini.

Peneliti menemukan jawaban berbeda yaitu usaha umkm yaitu roti gemol owner dari usaha roti gemol ini atas nama bapak nizam usahanya sudah berdiri 2th untuk karyawannya sekarang ada 10 orang nah dari kesimpulan wawancara tersebut untuk pertanyaan pertama owner tersebut mengatakan bahwa beliau mau merekrut karyawan baru dan untuk pertanyaan kedua kata beliau itu pertanyaannya ya tidak ada konflik sama sekali lebih tepatnya lagi katanya beliau usahanya itu selama penjualan online baik saja dalam penjualan online.

Peneliti mengamati bahwa kebanyakan Pelaku usaha menjawab dengan jawaban sebagai berikut dalam menghadapi era digital untuk merekrut karyawan itu tergantung kondisi dan situasi, juga melihat kapasitas dan kemampuan karyawan. Jika karyawan yang sudah ada masih bisa di fungsikan untuk memaksimalkan perkembangan di era digital, kemungkinan

akan mempertahankan karyawan tersebut. karyawan tersebut tidak bisa di pertahankan tentunya akan membutuhkan karyawan baru yang lebih menguasai perkembangan di era digital. Untuk konflik kerja itu pasti ada.

Jawaban lain yang sama yaitu Usaha Eddy Ban tidak melakukan perekrutan karyawan baru melainkan mereka melatih karyawan yang sudah ada untuk menghadapi era digital ini. Eddy Ban juga tidak melakukan penjualan secara online, karena mereka membutuhkan konsultasi secara jelas dengan pembeli agar pembeli mengerti dan agar tidak terjadi kesalahpahaman. Namun Eddy Ban melakukan promosi secara online di Instagram.

Mendukung dari jawaban tersebut Dapat disimpulkan bahwa dalam bisnis yang dijalankan oleh kakak Rena memanfaatkan era digital untuk memasarkan bisnisnya yang juga bergerak di bidang media sosial, Ia lebih memilih untuk mengembangkan sdm yang ada karena sdm yang dipekerjakan ia rasa sudah mampu atau mempunyai dasar dalam bidang digital. Untuk konflik sendiri, ia menyebutkan sangat minim karena sdm telah memiliki jobdesk dan jam kerja yang jelas. Ada lagi Bapak Zein merupakan pemilik usaha Madu yang didirikan pada tahun 2019, bertempat di Desa Gapura, Sumenep Dari wawancara yang dilakukan dapat ditarik kesimpulan bahwa dalam usaha madu di era digital Bapak Zein lebih memilih untuk melatih karyawan yang sudah ada atau karyawan yang lama, hal ini dikarenakan untuk karyawan lama sudah memiliki skill yang terlatih dan lebih mempunyai kemampuan dan pengalaman yang baik dalam mengelola madu.

Selain itu Bapak Zein juga menginformasikan bahwa dalam proses kerja yang terjadi masih minim terkait konflik yang ada, salah satu konflik yang terjadi yaitu seperti adanya miskomunikasi antara pihak produksi dan bagian pemasaran, namun hal tersebut masih terbilang wajar dikarenakan masih bisa diselesaikan secara kekeluargaan, bahwa hal tersebut bisa menjadi penyemangat antar karyawan. Penjualan online omzet atau pendapatan madu semakin bertambah. Hal ini dikarenakan banyaknya peminat madu diluar daerah Sumenep.

Pemberian imbalan juga diperhatikan oleh para pengusaha terhadap para pekerja yang kinerjanya bagus, menghadapi era digital pada saat ini tentunya ada beberapa cara yang bisa dilakukan salah satunya yaitu memberikan sebuah pelatihan terhadap karyawannya dan juga bisa memberikan sebuah reward pada karyawan yang mamiliki kinerja yang bagus. Adapun solusi dalam sebuah konflik yg terjadi di atas seperti halnya konflik dalam perbedaan pendapat maupun persaingan antar perusahaan dapat diselesaikan dengan cara diadakan sebuah evaluasi terhadap kesalahan kesalahan yg di lakukan.

Jadi ketika kita punya perusahaan, dan memiliki karyawan maka kita harus bisa meningkatkan kreatifitasnya agar karyawan bisa berkembang sesuai perkembangan zaman, jadi tidak perlu merekrut karyawan baru . Dan konflik dalam sebuah bisnis itu sudah biasa namun kita harus tau cara mengurangnya dan mengantisipasi sesuai strategi .

Pelatihan terhadap karyawan saja tetapi bisa juga dengan memberikan sertifikasi bagi karyawan bisa menjadi salah satu poin penting untuk mempertahankan keahlian. Tujuan utamanya adalah untuk memberikan kredibilitas terhadap skill yang dimiliki. Sertifikasi akan menunjukkan kualitas skills dan pengetahuan dari karyawan dan membuat mereka termotivasi untuk belajar, berkomitmen, dan berkembang bersama perusahaan. Lalu perusahaan juga harus menggunakan strategi digital yang terstruktur dan terencana agar lebih berhasil dalam menarik dan mempertahankan karyawan. Dalam hal itu untuk menciptakan kembali merek dagang bisa melalui promosi yang lebih baik, deskripsi produk yang menarik, dan keterlibatan dengan platform online ini sangatlah penting untuk kelangsungan hidup bisnis di e-commerce.

Hasil temuan yang didapatkan dari penelitian ini yang berbeda dari penelitian sebelumnya yaitu dari penelitian ini dapat memberikan solusi untuk melakukan rekrutmen karyawan digital marketing ataupun melakukan pelatihan pada karyawan lama untuk mempelajari cara berjualan melalui median online. Keterbatasan penelitian ini hanya melakukan wawancara pada pemilik usaha maka untuk selanjutnya akan lebih lanjut melakukan penelitian kepada para digital marketer dan konsumen.

Kesimpulan

Era digital perkembangan informasi sangat cepat, informasi lebih cepat tersebar dibandingkan dengan media konvensional seperti surat kabar atau billboard, tetapi sangat menyakinkan seperti dari mulut ke mulut. Dalam pembelian secara online, faktor kepercayaan konsumen merupakan kunci utama dalam bisnis online kepercayaan konsumen akan di dapat dari upaya membangun kepercayaan konsumen, upaya membangun kepercayaan konsumen diterapkan dengan cara kejujuran, ketepatan waktu pengiriman barang dan memberikan jaminan, menjaga kualitas produk, memberikan izin kepada konsumen untuk menjadi reseller, fast respon (pelayanan cepat), COD dan Harga terjangkau.

Hasil pembahasan bahwa dapat disimpulkan dari narasumber yang di wawancara mendapatkan dari pelaku usaha yang ada di kabupaten sumenep untuk mengatasi pasar online dengan melakukan mempertahankan karyawan lama dan melakukan pelatihan, adapun lainnya dengan merekrut karyawan baru.

Saran

Marketing digital diharapkan dapat mempromokan produk yang ada di suatu usaha di dunia digital dengan kemampuan menguasai pasar digital. Sumenep merupakan kota yang letak geografisnya di ujung timur pulau madura. Para pelaku usaha di sumenep mulai bergerak menuju pasar online yang hal tersebut memerlukan para digital marketing dalam usaha bisnisnya. Konsisten dalam melakukan promosi di dunia digital dan tetap mengadakan pelatihan dan pengawasan pada usaha yang dijalankan.

Daftar Pustaka

- Yin, K. R. (2011). *Study kasus: desain dan metode*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Pradiani, T. (2017). Pengaruh sistem pemasaran digital marketing terhadap peningkatan volume penjualan hasil industri rumahan. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 11(2), 46-53.
- Hariyanti, N. T., & Wirapraja, A. (2018). Pengaruh Influencer Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Digital Era Moderen (Sebuah Studi Literatur). *Eksekutif*, 15(1), 133-146.
- Hotana, M. S. (2018). Industri E-Commerce Dalam Menciptakan Pasar Yang Kompetitif Berdasarkan Hukum Persaingan Usaha. *Jurnal Hukum Bisnis Bonum Commune*, 1(1), 28-38. *Journal of Finance and Business Digital (JFBD) Vol.1, No.3 2022: 237-250*
- Santy Permata Sari (2020), Strategi Meningkatkan Penjualan Di Era Digital, Universitas Flores, *Ntt Scientific Journal Of Reflection: p-ISSN 2615-3009 Economic, Accounting, Management and Business e-ISSN 2621-3389, Vol. 3, No. 3, July 2020.*
- Tini Utami, Evyana Diah Kusumawati, (2021) Kesiapan Sumber Daya Manusia (Sdm) Dalam Menunjang Transportasi Laut Di Era Digital 3rd National Seminar on Maritime and Interdisciplinary Studies, Vol. 3, No. 1, September 2021, ISBN: 978-623-98477-0-8 Politeknik Bumi Akpelni Semarang
- Deri Firmansyah^{1*}, Dadang Saepuloh², Dede, 2022, *Daya Saing Literasi Digital dan Transformasi Digital*, 1STIE Pasim Sukabumi, 2Universitas Islam Syekh Yusuf Tangerang STMIK Al Fath Sukabumi.
- Pranata, Wulansari dan Rohmaniyah 2022 *Digital Marketing Pada Pelaku Usaha Muda Di Koperasi Unija Sumenep*. Kabilah: *Journal of Social Community Print-ISSN: 2502-9649 Online-ISSN: 2503-3603 Terakreditasi Nasional SK No.14/E/KPT/2019 Vol. 7 No.1 Juni 2022*
- Pranata, Mohammad Firlie, Nur Qoudri Wijaya, and Ria Septiani. 2023 "Digital Marketing Pada Pelaku Usaha Pemula Di Smk At Taufiqiyah." *Aktiva: Jurnal Akuntansi dan Investasi* 8.2.
- Pranata, Mohammad Firlie, and Nur Qoudri Wijaya. 2024 "Pelatihan Implementasi E-Commerce Prodi Bisnis Digital Bersama Desa Binaan Karang Taruna Babbalan di SMAS TANWIRUL HIJAH." *Jurnal Abdi Masyarakat Indonesia* 4.1 (2024): 171-176.