

Strategi Pemasaran Digital untuk Meningkatkan Ekonomi Kreatif Melalui Pengolahan Limbah Daun Nanas: Studi Kasus pada UKM Alfiber Subang

Yuyun Yuniarsih^{1*}, Silsi Sabila², M. Dadi Priadi³, Witri Cahyati⁴

^{1,2,3,4}Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Sangga Buana, Jl. Phh. Mustofa No.68, Sukaluyu, Kec. Cibeunying Kaler, Kota Bandung, Jawa Barat 40123
yuyun.yuniarsih@usbykp.ac.id

Abstract

This research was conducted to determine the implementation of digital marketing strategies at the Alfiber Subang SMEs with the aim of expanding the market and increasing sales of Alfiber products produced from pineapple leaf waste processing. This study focused on the implementation of digital marketing strategies, the challenges faced, and the impact of the implementation of digital marketing strategies on the increase of creative economy in the Alfiber Subang SMEs. The aim of this research is to explore the potential of the creative economy through pineapple leaf waste processing, with a focus on effective digital marketing strategies for the Alfiber Subang SMEs.

The results of this research indicate that the Alfiber Subang SME has great potential to increase the creative economy through pineapple leaf waste processing. However, there are still obstacles in marketing their products digitally. Therefore, this research proposes several effective digital marketing strategies, including the use of social media, websites, and e-commerce, as well as optimizing digital content. This research is expected to contribute to the Alfiber Subang SME and relevant parties in facing challenges and utilizing opportunities in digital marketing to increase the creative economy through pineapple leaf waste processing.

Keywords: Digital Marketing, Waste Management, SMEs

Abstrak

Penelitian ini dilaksanakan untuk mengetahui implementasi strategi pemasaran digital pada UKM Alfiber Subang yang bertujuan untuk memperluas pasar dan meningkatkan penjualan produk-produk Alfiber yang dihasilkan dari pengolahan limbah daun nanas. Penelitian ini difokuskan pada implementasi strategi pemasaran digital, kendala yang dihadapi dan dampak dari implementasi strategi pemasaran digital terhadap peningkatan ekonomi kreatif pada UKM Alfiber Subang. Penelitian ini bertujuan untuk menggali potensi ekonomi kreatif melalui pengolahan limbah daun nanas, dengan fokus pada strategi pemasaran digital yang efektif untuk UKM Alfiber Subang.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa UKM Alfiber Subang memiliki potensi besar untuk meningkatkan ekonomi kreatif melalui pengolahan limbah daun nanas. Namun, masih terdapat kendala dalam pemasaran produk mereka secara digital. Oleh karena itu, penelitian ini mengusulkan beberapa strategi pemasaran digital yang efektif, antara lain penggunaan media sosial, website, dan e-commerce, serta pengoptimalan konten digital. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi UKM Alfiber Subang dan pihak terkait dalam menghadapi tantangan dan memanfaatkan peluang dalam pemasaran digital untuk meningkatkan ekonomi kreatif melalui pengolahan limbah daun nanas.

Kata Kunci: Pemasaran Digital, Pengelolaan Sampah, UKM

Copyright (c) 2023 Yuyun Yuniarsih, Silsi Sabila, M. Dadi Priadi,
Witri Cahyati

Corresponding author: Yuyun Yuniarsih

Email Address: yuyun.yuniarsih@usbykp.ac.id (Jl. Phh. Mustofa No.68, Sukaluyu, Kec. Cibeunying Kaler, Kota Bandung, Jawa Barat 40123)

Received 6 June 2023, Accepted 12 June 2023, Published 20 June 2023

PENDAHULUAN

Ekonomi kreatif merupakan sektor ekonomi yang terus berkembang di Indonesia. Salah satu potensi besar dalam sektor ini adalah pengolahan limbah daun nanas menjadi produk-produk yang

bernilai ekonomi tinggi, seperti bahan baku tekstil dan kertas. UKM Alfiber di Subang adalah salah satu perusahaan yang telah berhasil memanfaatkan limbah daun nanas tersebut untuk dijadikan bahan baku produk tekstil yang berkualitas. Strategi pemasaran digital memiliki potensi besar untuk membantu UKM Alfiber meningkatkan penjualan produknya secara efektif. Dengan pemanfaatan media sosial dan teknologi digital lainnya, Alfiber dapat menjangkau pasar yang lebih luas, memperkenalkan produk-produknya kepada konsumen potensial, serta membangun citra merek yang kuat di pasar. Pada penelitian ini akan menggali lebih dalam tentang strategi pemasaran digital yang dapat membantu UKM Alfiber memperluas pasar dan meningkatkan penjualan produk-produknya. Studi kasus pada UKM Alfiber di Subang akan digunakan untuk menguji dan menganalisis efektivitas dari strategi pemasaran digital yang diimplementasikan.

Penelitian ini difokuskan pada implementasi strategi pemasaran digital pada UKM Alfiber Subang yang bertujuan untuk memperluas pasar dan meningkatkan penjualan produk-produk Alfiber yang dihasilkan dari pengolahan limbah daun nanas. Dalam rangka mencapai tujuan tersebut, penelitian ini akan mengidentifikasi beberapa rumusan masalah yang akan dibahas seperti bagaimana implementasi strategi pemasaran digital dapat membantu UKM Alfiber Subang memperluas pasar dan meningkatkan penjualan produk-produknya yang dihasilkan dari pengolahan limbah daun nanas, apa saja kendala yang akan dihadapi dan apa saja dampak dari implementasi strategi pemasaran digital terhadap peningkatan ekonomi kreatif pada UKM Alfiber Subang yang menghasilkan produk-produk tekstil berbahan dasar limbah daun nanas.

Penelitian ini bertujuan untuk menggali potensi ekonomi kreatif melalui pengolahan limbah daun nanas, dengan fokus pada strategi pemasaran digital yang efektif untuk UKM Alfiber Subang. Pendekatan berbasis ilmiah digunakan dalam penelitian ini untuk mengidentifikasi dan menganalisis faktor-faktor yang dapat meningkatkan pemasaran digital dan ekonomi kreatif dalam konteks pengolahan limbah daun nanas. Untuk menjawab rumusan masalah tersebut, penelitian ini akan menggunakan metode deskriptif-analitis dengan pendekatan kualitatif studi kasus pada UKM Alfiber di Subang. Data akan dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan pemilik dan staf UKM Alfiber, observasi langsung terhadap aktivitas pemasaran digital yang dilakukan oleh Alfiber, serta analisis dokumen dan publikasi terkait UKM Alfiber dan produk-produknya untuk mengidentifikasi tema dan pola yang muncul.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa UKM Alfiber Subang memiliki potensi besar untuk meningkatkan ekonomi kreatif melalui pengolahan limbah daun nanas. Namun, masih terdapat kendala dalam pemasaran produk mereka secara digital. Oleh karena itu, penelitian ini mengusulkan beberapa strategi pemasaran digital yang efektif, antara lain penggunaan media sosial, website, dan e-commerce, serta pengoptimalan konten digital. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi UKM Alfiber Subang dan pihak terkait dalam menghadapi tantangan dan memanfaatkan peluang dalam pemasaran digital untuk meningkatkan ekonomi kreatif melalui pengolahan limbah daun nanas.

METODE

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini pendekatan kualitatif studi kasus. Metode penelitian kualitatif adalah pendekatan penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, yang diperkenalkan oleh Sugiyono (2019:9). Metode ini digunakan untuk meneliti fenomena pada kondisi obyek yang alamiah, sebagai lawan dari metode eksperimen yang digunakan untuk memanipulasi variabel. Dalam metode penelitian kualitatif, peneliti dianggap sebagai instrumen kunci dalam pengumpulan data, dan teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi, yaitu menggabungkan berbagai sumber data. Analisis data dalam penelitian kualitatif bersifat induktif/kualitatif, yang menekankan pada pemahaman makna daripada generalisasi (Sugiyono, 2019:9). Selain itu, Kriyantono (2020:56) juga menyatakan bahwa riset kualitatif bertujuan untuk menjelaskan fenomena dengan sedalam-dalamnya melalui pengumpulan data yang sedalam-dalamnya, dan tidak mengutamakan besarnya populasi atau sampling, namun lebih menekankan pada kualitas data dalam hal kedalaman pemahaman. Menurut Kriyantono (2020:52), Studi kasus adalah suatu metode penelitian yang menggunakan banyak sumber daya (data sebanyak mungkin) untuk menginvestigasi, menganalisis, dan menjelaskan secara komprehensif berbagai aspek individu, kelompok, program, organisasi, atau peristiwa dengan pendekatan yang sistematis.

Informan pada penelitian ini adalah pemilik UKM Alfiber Subang. Teknik pengumpulan data menurut Sugiyono (2019: 224), merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar yang ditetapkan. Dalam penelitian ini, pengumpulan data dilakukan pada natural setting (kondisi yang alamiah), sumber data primer, dan teknik pengumpulan data lebih banyak pada observasi (participant observation), wawancara mendalam (in-dept interview) dan dokumentasi. melalui wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan studi dokumentasi. Data yang terkumpul akan dianalisis menggunakan teknik analisis isi secara induktif, yang melibatkan identifikasi, pengelompokkan, dan interpretasi data kualitatif. Setelah itu, analisis pemecahan masalah akan dilakukan untuk menguraikan objektif pemecahan masalah yang dihadapi dalam konteks strategi pemasaran digital dan pengolahan limbah daun nanas pada UKM Alfiber Subang. Definisi operasional variabel dalam penelitian ini adalah strategi pemasaran digital yang mencakup penggunaan media sosial, website, dan platform digital lainnya, serta konsep ekonomi kreatif yang melibatkan pengolahan limbah daun nanas menjadi produk bernilai ekonomi.

HASIL DAN DISKUSI

Strategi pemasaran digital pada UKM Alfiber Subang dalam meningkatkan ekonomi kreatif melalui pengolahan limbah daun nanas, telah melakukan beberapa langkah diantaranya:

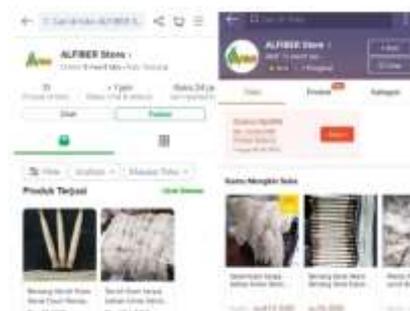
1. Membuat website: UKM Alfiber Subang perlu membuat website resmi untuk mengenalkan produk dan jasa mereka kepada konsumen. Website ini mudah diakses dan informatif. Meski

memiliki kekurangan yaitu kurang menarik dari segi tampilan tapi website ini memiliki tampilan yang rapih dan mudah dalam mengakses berbagai informasi yang di muat dalam website ini.



Gambar 1 Website Alfiber Serat Daun Nanas

- UKM Alfiber Subang memanfaatkan media sosial seperti Instagram, Facebook, WhatsApp dan platform YouTube untuk memperluas jangkauan pemasaran mereka. Selain itu UKM Alfiber Subang memanfaatkan marketplace / E-commerce seperti Shopee dan Tokopedia sebagai media dalam membantu protses penjualan. UKM Alfiber Subang juga berinteraksi secara aktif dengan pengikut dalam sosial media mereka seperti mengunggah berbagai aktivitas serta berinteraksi langsung dengan para pengikutnya di berbagai platform sosial media tersebut. UKM Alfiber Subang membangun hubungan yang kuat dengan konsumen dan meningkatkan kesadaran merek mereka.



Gambar 2 Toko Market Place Shopee dan Tokopedia

- UKM Alfiber Subang telah menyediakan konten yang menarik seperti video tutorial dalam pembuatan serat daun nanas. Terdapat juga video-video dalam platform YouTube, Instagram dan Facebook yang beragam memuat informasi mengenai serat daun nanas serta apa saja kegiatan UKM alfiber serat daun nanas dalam mengembangkan produk yang dapat di ciptakan dari serat daun nanas. Hal dilakukan untuk menarik minat konsumen dalam negeri maupun luar negeri terbukti bahwa terdapat beberapa pembeli yang membeli produk ini tidak hanya dari dalam namun ada juga pembeli dari luar negeri yang tertarik pada serat daun nanas.



Gambar 3 Sosial Media UKM Alfiber Subang

4. UKM Alfiber Subang telah menjalin kerjasama dengan berbagai pihak dalam mempromosikan produk olahan limbah daun nanas ini seperti peliputan oleh stasiun TV selain itu produk ini juga telah di tayangkan dalam program trans 7 yaitu program "jejak si Gundul". Tentu saja ini merupakan langkah yang besar dalam mempromosikan produk serat daun nanas serta dapat memperluas jangkauan pemasaran.



Gambar 4 UKM Alfiber Subang di Liput Oleh Stasiun TV

5. Meningkatkan kualitas produk: UKM Alfiber Subang terus meningkatkan kualitas produk agar dapat bersaing dengan produk serupa di pasaran. UKM Alfiber Subang melakukan riset dan pengembangan produk untuk memperbaiki kualitas produk. Seperti mengembangkan mesin yang dapat mengekstraksi serat daun nanas meski begitu proses dalam pengolahan limbah serat daun nanas yang di lakukan oleh UKM Alfiber ini masih dilakukan secara tradisional belum sepenuhnya menggunakan mesin.

Dengan mengimplementasikan strategi pemasaran digital yang tepat dan terus meningkatkan kualitas dan efisiensi produksi, UKM Alfiber Subang dapat meningkatkan ekonomi kreatif melalui pengolahan limbah daun nanas. Beberapa kendala yang dihadapi oleh UKM Alfiber Subang dalam mengimplementasikan strategi pemasaran digital untuk meningkatkan ekonomi kreatif melalui pengolahan limbah daun nanas antara lain:

1. UKM Alfiber Subang memiliki keterbatasan dana untuk melakukan pemasaran digital secara intensif. Dalam hal ini, UKM memilih strategi pemasaran digital yang paling efektif dan efisien untuk diterapkan dengan sumber daya yang tersedia.
2. Kurangnya keterampilan dan pengalaman: UKM Alfiber Subang kurang memiliki keterampilan dan pengalaman dalam pemasaran digital. Hal ini dapat menghambat kemampuan UKM untuk mengoptimalkan potensi pemasaran digital mereka. Dalam hal ini, UKM perlu belajar dan mengembangkan keterampilan mereka dalam pemasaran digital atau dapat mempertimbangkan untuk bekerja sama dengan konsultan pemasaran digital yang berpengalaman. Dalam pemasaran digital UKM Alfiber Subang masih terbilang kurang dalam segi konten. Apabila mengikuti perkembangan zaman terlihat bahwa konten-konten di sosial media masih terbilang terbatas dari segi kreativitasnya hal ini dapat menghambat proses pemasaran digital UKM Alfiber Subang.
3. Tantangan dalam memperluas jangkauan pasar: Pengolahan limbah daun nanas belum menjadi kebutuhan utama bagi sebagian besar konsumen, sehingga UKM Alfiber Subang menghadapi

tantangan dalam memperluas jangkauan pasar mereka. Penggunaan serat kain lain lebih umum seperti kapas, rayon, atau poliester masih menjadi pilihan dominan bagi sebagian besar konsumen. Selain itu, aspek harga juga menjadi tantangan dalam memperluas jangkauan pasar pengolahan limbah daun nanas menjadi serat daun. Proses pengolahan limbah daun nanas menjadi serat daun dapat memerlukan biaya produksi yang tinggi, seperti dalam hal pengolahan, pengeringan, dan pemrosesan lebih lanjut. Hal ini dapat mempengaruhi harga jual produk serat daun nanas, yang dapat menjadi faktor pembatas dalam daya beli konsumen.

4. Perubahan teknologi dan tren: Perkembangan teknologi dan tren pemasaran digital terus berubah, sehingga UKM Alfiber Subang terus memperbarui pengetahuan mereka dan menyesuaikan strategi pemasaran digital mereka dengan tren terbaru. Hal ini dapat memerlukan investasi tambahan dalam teknologi dan tenaga kerja. Tantangan lain adalah kurangnya infrastruktur dan teknologi pengolahan yang sesuai untuk pengolahan limbah daun nanas menjadi serat daun. Infrastruktur yang kurang memadai, seperti kurangnya akses ke mesin pengolahan dan pemrosesan yang modern, menghambat proses produksi dan mengurangi efisiensi produksi. Selain itu, kurangnya pengetahuan dan keterampilan teknis dalam pengolahan limbah daun nanas menjadi serat daun juga menjadi tantangan bagi UKM Alfiber Subang dalam meningkatkan kualitas produk.
5. Persaingan pasar yang ketat juga menjadi tantangan dalam memperluas jangkauan pasar pengolahan limbah daun nanas menjadi serat daun. Produk serat daun nanas harus bersaing dengan produk serupa yang menggunakan serat kain lainnya, baik dari bahan alam maupun sintesis. Oleh karena itu, strategi pemasaran yang efektif dan inovasi produk menjadi kunci dalam menghadapi persaingan pasar yang kompetitif.

Dalam menghadapi tantangan-tantangan tersebut, UKM Alfiber Subang perlu menghadirkan solusi yang kreatif dan inovatif, seperti mengedukasi konsumen tentang manfaat serat daun nanas, mencari cara untuk mengurangi biaya produksi, meningkatkan infrastruktur dan teknologi pengolahan, serta menghadirkan produk serat daun nanas yang unik dan berkualitas tinggi. Kolaborasi dengan pihak terkait, seperti pemerintah, universitas, dan industri, juga dapat menjadi strategi yang efektif dalam menghadapi tantangan dalam memperluas jangkauan pasar pengolahan limbah daun nanas menjadi serat daun. Dengan mengetahui kendala dalam penelitian ini maka alfiber subang kedepannya dapat menghadapi kendala-kendala tersebut. Berikut ini beberapa dampak dari implementasi strategi pemasaran digital terhadap peningkatan ekonomi kreatif pada UKM Alfiber Subang antara lain :

1. Strategi pemasaran digital yang dilakukan oleh UKM Alfiber Subang efektif memberikan dampak positif pada pertumbuhan bisnis UKM Alfiber Subang. Dengan menggunakan pemasaran digital, UKM Alfiber Subang dapat mencapai pasar yang lebih luas dan lebih mudah terjangkau. Hal ini dapat membantu meningkatkan jumlah penjualan produk, sehingga berpotensi

meningkatkan pendapatan dan profitabilitas UKM.

2. Dengan menggunakan pemasaran digital dapat meningkatkan brand awareness. Pemasaran digital dapat membantu meningkatkan kesadaran merek UKM Alfiber Subang di mata konsumen. Dengan membangun brand awareness yang kuat, UKM Alfiber Subang membangun citra brand yang kuat yaitu dalam pengolahan limbah serta penambahan nilai guna suatu barang. Pengolahan limbah daun nanas menjadi serat daun, benang dan kain memiliki potensi dalam pengembangan ekonomi kreatif. Dengan mengolah limbah daun nanas menjadi serat daun, dapat menciptakan nilai tambah dari limbah yang sebelumnya dianggap sebagai sampah. Proses pengolahan ini dapat menciptakan peluang bisnis baru, seperti produksi produk-produk serat daun nanas yang memiliki nilai ekonomi tinggi.
3. Pengolahan limbah daun nanas menjadi serat daun juga dapat memberikan manfaat sosial dan lingkungan. Dari segi sosial, pengolahan limbah daun nanas dapat menciptakan lapangan kerja lokal dan memberdayakan masyarakat setempat. Dari segi lingkungan, pengolahan limbah daun nanas menjadi serat daun dapat mengurangi jumlah limbah yang mencemari lingkungan, mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan, dan mempromosikan praktek pengolahan limbah yang ramah lingkungan.
4. Dalam konteks ekonomi kreatif, pengolahan limbah daun nanas menjadi serat daun dapat memicu inovasi produk dan desain yang unik serta meningkatkan nilai estetika produk yang dihasilkan. Hal ini dapat menciptakan keberagaman produk yang menarik bagi konsumen, dan pada gilirannya dapat meningkatkan permintaan pasar serta menggerakkan pertumbuhan ekonomi lokal.

Dalam implementasinya, diperlukan dukungan dari berbagai pihak, seperti pemerintah, industri, dan masyarakat, dalam menciptakan regulasi yang mendukung dan fasilitasi pengolahan limbah daun nanas menjadi serat daun sebagai bagian dari ekonomi kreatif. Dalam hal ini, kolaborasi antara berbagai pihak akan menjadi kunci untuk mengoptimalkan potensi ekonomi kreatif dari pengolahan limbah daun nanas menjadi serat daun, sehingga dapat memberikan dampak positif dalam aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan. Pemasaran digital dapat membantu UKM Alfiber Subang menjangkau konsumen yang belum pernah mengenal produk mereka sebelumnya.

Dengan strategi pemasaran digital yang tepat, UKM Alfiber Subang dapat menarik konsumen baru dan membantu memperluas pangsa pasar mereka. Dalam memanfaatkan pemasaran digital, UKM Alfiber Subang telah meningkatkan keunggulan kompetitif mereka di pasar. Hal ini dapat membantu mereka membedakan diri dari pesaing dan memberikan nilai tambah bagi konsumen dalam memilih produk mereka. Seperti dengan menggunakan media sosial, UKM Alfiber Subang telah membangun hubungan yang lebih kuat dengan konsumen dan meningkatkan kredibilitas mereka di mata konsumen. Hal ini dapat membantu meningkatkan loyalitas konsumen dan membantu meningkatkan penjualan jangka panjang. Dengan berbagai macam testimoni serta dokumentasi

beberapa kegiatan seperti adanya peliputan dari stasiun tv atau konsumen yang membeli langsung ke tempat dapat membuat konsumen lebih percaya dengan produk yang dijual oleh UKM Alfiber Subang. Secara keseluruhan, implementasi strategi pemasaran digital yang tepat telah membantu UKM Alfiber Subang meningkatkan penjualan, keuntungan, dan citra merek mereka, yang pada gilirannya dapat membantu meningkatkan ekonomi kreatif melalui pengolahan limbah daun nanas.

KESIMPULAN

UKM Alfiber Subang telah berhasil melakukan beberapa langkah dalam meningkatkan ekonomi kreatif melalui pengolahan limbah daun nanas dengan implementasi strategi pemasaran digital yang tepat. Kendala yang dihadapi meliputi keterbatasan dana, kurangnya keterampilan dan pengalaman dalam pemasaran digital, serta tantangan dalam memperluas jangkauan pasar. Meskipun begitu, UKM Alfiber Subang dapat terus meningkatkan kualitas produk dan efisiensi produksi untuk bersaing dengan produk serupa di pasaran.

REFERENSI

- R, Kriyantono. (2020). Teknik praktis riset komunikasi kuantitatif dan kualitatif disertai contoh praktis Skripsi, Tesis, dan Disertai Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran. Rawamangun: Prenadamedia Group.
- Sugiyono. (2019). Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Dan R&D. Bandung: ALFABETA.