



PENERAPAN DIGITAL MARKETING PADA CV. PRIMA JAYA 2

Oleh

Johny Budiman¹, Supriyadi Arifin²

^{1,2}Universitas Internasional Batam

Email: [1johny.budiman@uib.ac.id](mailto:johny.budiman@uib.ac.id), 2041317.supriyadi@uib.edu

Article History:

Received: 24-11-2023

Revised: 16-12-2023

Accepted: 27-12-2023

Keywords:

Digital Marketing, MSMEs.

Abstract: CV. Prima Jaya 2 is a business founded by Mr. Eng Kiong which has been established since 2002 until now. CV. Prima Jaya 2 is a medium-sized business that operates in the field of building materials such as sand, cement, brick, wood, electrical equipment, and others. CV. Prima Jaya 2 is located at Ruko Griya Prima Block G1 12A&B, Batu Aji District, Batam City, Riau Islands. As a developing MSME, CV. Prima Jaya 2 continues to make developments to support the development of its business. The research method used was observation and conducting interviews with business owners. Based on the research results, one of the business elements that must be updated by CV. Prima Jaya 2 is the implementation of digital marketing and payment options via transfer between accounts. In this modern era, every activity always involves technology to make work easier because limited knowledge and low mastery of technology is a problem for which a solution must be found for strategies to strengthen MSMEs. By providing solutions for CV. Prima Jaya 2 regarding the implementation of digital marketing can make it easier for MSMEs to become widely known and increase turnover for MSMEs

PENDAHULUAN

Dalam kegiatan ekonomi di berbagai sektor, kedudukan UMKM di Indonesia adalah sebagai pemain utama. Menurut Undang-Undang No. 20 tahun 2008, UMKM merupakan sebuah usaha produktif dan bersaing di dalam perekonomian nasional. Perubahan lingkungan bisnis yang kompleks sehingga membuat UMKM di tanah air menghadapi kondisi yang sulit dan persaingan yang semakin ketat dengan tingginya perdagangan bebas yang memberikan pengaruh pada persaingan pasar tidak hanya pasar domestik tetapi regional serta global (Rahmah et al., 2022).

Definisi inovasi teknologi yaitu sebuah inovasi yang dilakukan oleh para pelaku usaha dengan memfokuskan terhadap perubahan teknologi yang berlangsung dalam lingkungan bisnis. Dalam pemasaran, inovasi teknologi adalah sebuah paradigma yang harus dipahami dengan memanfaatkan internet berupa *digital marketing* dalam bisnis saat ini (Setiawati&Safitri, 2021). Usaha mikro kecil dan menengah atau UMKM adalah suatu usaha produktif ekonomi yang digerakkan oleh individu ataupun kelompok usaha yang kecil (Utami, 2021).



CV. Prima Jaya 2 adalah sebuah usaha yang didirikan oleh bapak Eng Kiong pada tahun 2002 hingga saat ini, usaha tersebut telah dijalankan selama 21 tahun lamanya. Alamat CV. Prima Jaya 2 di Ruko Griya Prima Blok G1 12A&B, Kecamatan Batu Aji, Kota Batam, Kepulauan Riau. CV. Prima Jaya 2 adalah usaha menengah yang bergerak di bidang penjualan bahan bangunan seperti kayu, semen, bata, pasir, pipa, dan alat-alat listrik lainnya. Saat ini kegiatan dari usaha tersebut, hanya menjual barang bangunan dan menerima pesanan jika pelanggan datang ke toko secara langsung atau memesan barangnya melalui Whatsapp. Perkiraan omset CV. Prima Jaya 2 dapat mencapai sekitar Rp 40.000.000/bulan.

Berdasarkan permasalahan yang ditemukan adalah proses jual beli barang pada CV. Prima Jaya 2 sehingga pada masa pandemi Covid-19 penjualannya mengalami penurunan dan terdapat pesaing disekitar daerah tersebut sehingga hanya beberapa masyarakat saja terutama langganan lama yang mengetahui toko bangunan tersebut, oleh sebab itu penulis memiliki solusi untuk teknik penjualan dengan cara menerapkan strategi pemasaran digital melalui *platform e-commerce* SIPLah Blibli yang bertujuan untuk meningkatkan laba atau keuntungan dan juga menarik perhatian pelanggan baru untuk melakukan transaksi pembelian barang pada CV. Prima Jaya 2. Dengan melakukan pemasaran digital bahan bangunan melalui *platform e-commerce* SIPLah Blibli yang khususnya di Kota Batam diharapkan dapat mengatasi masalah yang ada pada mitra tersebut dan juga dapat menjangkau pelanggan baru untuk melakukan transaksi.

Selain permasalahan diatas, saat ini CV. Prima Jaya 2 hanya menerima pembayaran secara *cash* atau tunai. Dengan pembayaran secara tunai, pelanggan yang tidak memiliki uang tunai harus pergi untuk menarik uang tunai dahulu sehingga pembayaran menjadi tidak begitu praktis, beberapa pelanggan CV. Prima Jaya 2 ingin melakukan pembayaran secara transfer antar rekening untuk mempermudah transaksi.

Dengan berjalannya CV. Prima Jaya 2 selama 21 tahun akan tetapi pemilik usaha mengatakan bahwa tidak mempunyai pengalaman untuk menerapkan strategi pemasaran untuk usahanya secara tepat, sehingga usahanya hanya bergantung pada penjualan secara *offline* serta hanya menggunakan aplikasi Whatsapp. Pemilik usaha tersebut juga tidak tahu dengan cara apa untuk mempromosikan usahanya lewat pemasaran secara digital sehingga usaha tersebut hanya dikenal oleh langganan yang sudah lama saja disekitaran Batu Aji. Rencana dalam proyek ini adalah merancang pemasaran secara digital dengan membuat akun di *platform e-commerce* SIPLah Blibli untuk membantu memasarkan produk atau barang bangunan tersebut dengan tujuan dapat terjangkau untuk masyarakat lebih luas lagi. Dalam menerapkan pemasaran secara digital pada CV. Prima Jaya 2 diharapkan memperoleh manfaat berupa peningkatan penjualan pada usaha tersebut.

Oleh sebab itu, dari pemilik usaha memerlukan strategi melalui *digital marketing* yang dapat membuat masyarakat di Kota Batam mengetahui CV. Prima Jaya 2 serta meningkatkan omset penjualan per bulannya. Dengan ini penulis melakukan upaya dalam mengatur *platform e-commerce* melalui SIPLah Blibli dan menambahkan opsi pembayaran secara digital yaitu melalui transfer antar rekening dengan tujuan untuk meningkatkan omset usaha CV. Prima Jaya 2 dan mempermudah transaksi jual beli.

METODE

Dalam mengumpulkan informasi yang dibutuhkan maka pelaksana melakukan observasi dan wawancara secara langsung. Dengan wawancara tersebut dapat mengetahui



permasalahan yang sedang dihadapi oleh pemilik usaha serta melakukan observasi untuk mengumpulkan informasi untuk melaksanakan kerja praktek. Wawancara adalah sebuah kegiatan yang berisi dialog antara dua orang atau lebih dengan beberapa pertanyaan yang tujuannya untuk mengumpulkan informasi yang dibutuhkan (Kumparan.com, 2021). Dengan adanya wawancara memiliki tujuan untuk mengetahui beberapa masalah yang sedang dihadapi oleh pemilik usaha tersebut dan menentukan solusi dalam melaksanakan kerja praktek. Sementara itu, observasi adalah sebuah teknik untuk mengumpulkan informasi dengan cara memperhatikan situasi dalam lapangan kerja secara langsung (Indriantoro & Supomo, 2018). Observasi yang dilakukan oleh pelaksana yaitu dengan melakukan kunjungan secara langsung ke CV. Prima Jaya 2 yang bertujuan untuk mendokumentasi dan mewawancarai pemilik tersebut agar mempermudah pelaksana untuk mengimplementasikan strategi digital marketing pada mitra tersebut. Digital Marketing adalah teknik pemasaran yang banyak diprioritaskan beberapa perusahaan ataupun organisasi sejalan dengan perkembangannya teknologi yang pesat (Idris, 2022).

Dalam metode pelaksanaan kerja praktek ini terbagi menjadi beberapa metode sebagai berikut :

Tahap Persiapan

Pada awal tahap ini dilakukan survei ke lokasi CV. Prima Jaya 2 untuk mengetahui apa saja kegiatan yang dijalankan oleh pemilik usaha dan karyawan pada CV. Prima Jaya 2. Tahap berikutnya, penulis melakukan observasi serta wawancara terhadap pemilik usaha mengenai awal berdirinya usaha, jenis usaha, kegiatan usaha, dan permasalahan yang ada pada usaha tersebut. Selanjutnya yaitu tahap menyusun proposal kerja praktek.

Tahap Pelaksanaan

Pada tahap kedua ini diawali dengan membahas cara untuk memindahkan pemasaran secara manual menjadi pemasaran secara digital dan transaksi melalui transfer antar rekening. Setelah dibahas, selanjutnya melakukan foto barang-barang bangunan serta nama barang, jenis barang, harga barang, dan deskripsi lainnya untuk diinput ke dalam *platform e-commerce* SIPLah Blibli.

Tahap Penilaian dan Pelaporan

Pada tahap akhir ini adalah penilaian dan pelaporan, penulis menyusun laporan kerja praktek secara detail. Dalam menyusun laporan kerja praktek terdapat 5 (lima) bab yaitu pendahuluan, target dan luaran, metode pelaksanaan, hasil dan luaran yang dicapai, dan kesimpulan dan saran. Setelah menyusun laporan kerja praktek maka akan dilakukan finalisasi laporan tersebut dan melakukan evaluasi. Dosen pembimbing juga akan melakukan penilaian berdasarkan presentasi hasil laporan kerja praktek dan hasil digital marketing yang telah dilakukan dari penulis.

HASIL

Proses Implementasi Luaran

Dalam tahap implementasi luaran yang telah dilakukan penulis adalah mengaktifkan akun SIPLah Blibli milik CV. Prima Jaya 2 kembali ini merupakan cara yang dilakukan oleh pemilik usaha dalam menerapkan pemasaran digital dengan tujuan meningkatkan daya tarik pelanggan. Tahap kedua yaitu memposting foto produk bangunan yang bertujuan agar dapat membantu pemilik usaha menambahkan postingan dan tahap selanjutnya penulis juga membuat *print* yang berisi informasi rekening milik *owner* tersebut. Dalam menggunakan



strategi tersebut penulis juga ingin meningkatkan daya tarik pelanggan agar masyarakat Kota Batam dapat mengetahui lokasi CV. Prima Jaya 2 tersebut serta mempermudah transaksi jual beli.

Informasi Toko

Nama toko: TOKO PRIMA JAYA
▲ Nama toko tidak dapat diganti

Status toko: Toko Buka

Logo: Format gambar: .jpg, .jpeg, .png ukuran gambar minimal 700 x 700px ukuran file maksimal 1 MB
 Pilih Logo

Banner toko: Format gambar: .jpg, .jpeg, .png ukuran gambar 1168 x 360px ukuran file maksimal 1 MB
 Pilih Banner

Tata Cara Mengganti Rekening
 Kirimkan email ke seller.care@blibli.com dengan melampirkan hal sebagai berikut:
 1. Nomor rekening penjual

Gambar 1. Pengaktifan Akun SIPLah Blibli
 Sumber : Penulis (2023)

SIPLah Blibli Aplikasi Penjual

Detail Produk

BATU BATA MERAH (KHUSUS BATAM)
 Merek/Penerbit: TIDAK ADA MEREK

Harga: **Rp 500**
Catatan: Tidak Kena PPN

Informasi Produk

No SKU: : STRJ-0011-00060
 Kategori: : Lainnya
 : Penyerahan Barang Kena Pajak dan/atau Jasa Kena Pajak yang dilakukan oleh Rekanan yang pembayarannya dilakukan melalui mekanisme Pembayaran Langsung (L5)
 Stok Tersedia: : 10436
 Kondisi: : Baru
 Garansi: : TIDAK ADA GARANSI
 Panjang: : 16 cm
 Lebar: : 5 cm
 Tinggi: : 8 cm
 Berat: : 1000 gr
 Produksi Dalam Negeri: : Ya
 Minimal Pemesanan: : 1
 Pre order: : Tidak
 Waktu Pengiriman: : 1 hari
 Cara Pengiriman: : PENGIRIMAN MELALUI KENDARAAN PRIBADI (LORI)
 Jaminan Pengiriman: : 1 hari

Gambar 2. Penerapan Foto Pada SIPLah Blibli
 Sumber : Penulis (2023)

SIPLah Blibli Aplikasi Penjual

Detail Produk

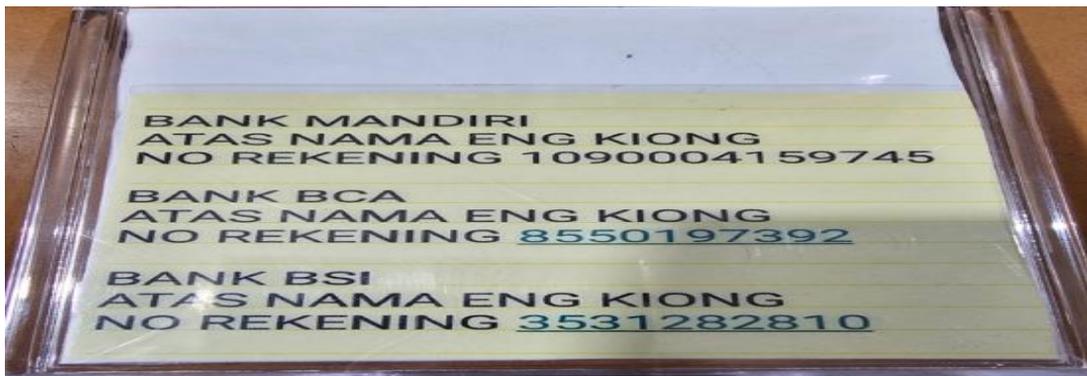
SEMEN PADANG 50KG KHUSUS BATAM
 Merek/Penerbit: PADANG

Harga: **Rp 80,000**
Catatan: Tidak Kena PPN

Informasi Produk

No SKU: : STRJ-0011-00008
 Kategori: : Lainnya
 : Penyerahan Barang Kena Pajak dan/atau Jasa Kena Pajak yang dilakukan oleh Rekanan yang pembayarannya dilakukan melalui mekanisme Pembayaran Langsung (L5)
 Stok Tersedia: : 251
 Kondisi: : Baru
 Garansi: : TIDAK ADA GARANSI
 Panjang: : 63 cm
 Lebar: : 40 cm
 Tinggi: : 10 cm
 Berat: : 50000 gr
 Produksi Dalam Negeri: : Ya
 Minimal Pemesanan: : 1
 Pre order: : Tidak
 Waktu Pengiriman: : 1 hari
 Cara Pengiriman: : PENGIRIMAN MELALUI KENDARAAN PRIBADI (LORI)
 Jaminan Pengiriman: : 1 hari

Gambar 3. Penerapan Foto Pada SIPLah Blibli

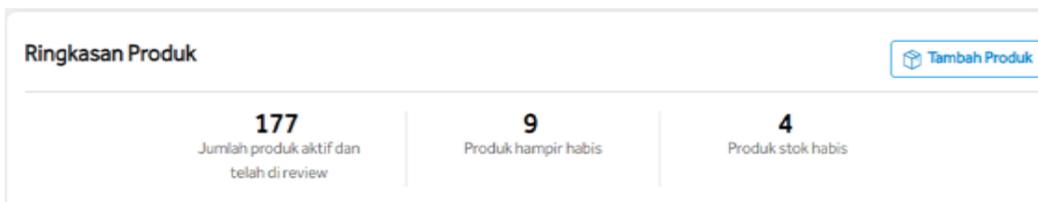


Gambar 4. Implementasi Opsi Pembayaran

Sumber : Penulis (2023)

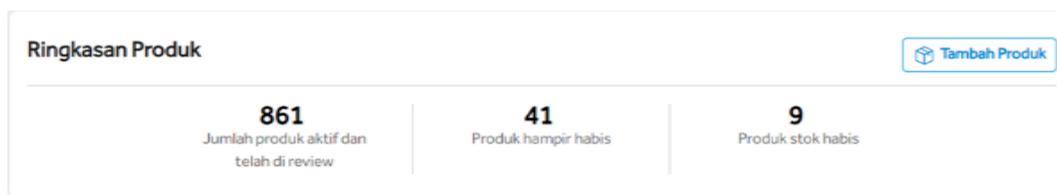
Kondisi Setelah Implementasi

Kondisi pada CV. Prima Jaya 2 setelah menerapkan sistem *digital marketing* pada *platform e-commerce* terjadi adanya peningkatan daya tarik pada pelanggan di Kota Batam, pemilik usaha juga menggunakan saran dari penulis dalam menggunakan strategi *digital marketing* serta meningkatnya penjualan sebanyak 25% dalam 3 bulan pada bulan Oktober hingga Desember 2023.



Gambar 5. Ringkasan Produk Sebelum Implementasi

Sumber : Penulis (2023)



Gambar 6. Ringkasan Produk Setelah Implementasi

Sumber : Penulis (2023)

KESIMPULAN

Berdasarkan pelaksanaan kegiatan kerja praktek yang telah dilaksanakan oleh penulis di CV. Prima Jaya 2 dari bulan Oktober – Desember 2023, kesimpulan yang dapat diambil sebagai berikut:

Penerapan dalam menggunakan strategi digital marketing berjalan efektif dalam memanfaatkan *platform e-commerce* SIPLah Blibli yang dapat meningkatkan ringkasan produk, penjualan barang bangunan dan meningkatkan daya tarik pada masyarakat Kota Batam khususnya disekitaran Batu Aji.

Penerapan foto merupakan hal yang untung bagi pemilik usaha apabila ada kesibukan



lain maka dari pemilik usaha masih memiliki foto yang layak dipostingkan ke dalam *platform e-commerce* CV. Prima Jaya 2.

Penerapan sistem pembayaran melalui transfer antar rekening yang membuat para pelanggan merasa mudah saat bertransaksi di CV. Prima Jaya 2.

DAFTAR REFERENSI

- [1] Idris, M. (2022). Digital Marketing: Definisi, Jenis, Kelebihan, dan Contohnya. Kompas.Com. <https://money.kompas.com/read/2022/04/17/065818426/digital-marketing-definisi-jenis-kelebihan-dan-contohnya?page=all>
- [2] Kumparan.com. (2021). Observasi dan Wawancara dalam Penelitian Kualitatif, Ketahui Definisi & Jenisnya. Kumparan.Com. <https://kumparan.com/kabar-harian/observasi-dan-wawancara-dalam-penelitian-kualitatif-ketahui-definisi-and-jenisnya-1wo80BxTmFu>
- [3] Rahmah, Z. Z., Rahmah, Y., Purnama, C., Fatmah, D., & Rahmah, M. (2022). Strategi Peningkatan Pemasaran Melalui Media Sosial Terhadap UMKM di Desa Kintelan (Studi Kasus UMKM di Desa Kintelan Kelurahan Puri Kabupaten Mojokerto). *Budimas : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(1), 1–12. <https://doi.org/10.29040/budimas.v4i1.3081>
- [4] Setiawati, A., & Safitri, A. R. (2021). Strategi Pemasaran UMKM Era Pasar Digital Melalui Pelatihan Kewirausahaan di Kota Tangerang. *Jurnal Inovasi Dan Pengabdian Kepada Masyarakat (JIPkM)*, 1(2), 71–79.
- [5] Utami, S. N. (2021). UMKM: Pengertian, Tujuan, Karakteristik, Jenis, dan Contohnya. Kompas.Com. <https://www.kompas.com/skola/read/2021/04/19/100000869/umkm--pengertian-tujuan-karakteristik-jenis-dan-contohny>