

## ANALISIS EFEKTIFITAS MARKETING DIGITAL DAN LAPORAN KEUANGAN DALAM PENINGKATAN PRODUKSI GULA MERAH SIWALAN DI KABUPATEN SUMENEP

Mohammad Firlie Pranata<sup>1</sup>

Rohmaniyah<sup>2</sup>

*Moh.firlipranata@wiraraja.ac.id*

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wiraraja<sup>1</sup>

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Madura<sup>2</sup>

### ABSTRACT

*Indonesia is entering the era of digitalization, people are starting to trade digitally. The online market is increasingly becoming a great hope for fast profits, switching from conventional stores to online stores is becoming commonplace. This is a challenge for business people to find human resources who are able to operate computers or can carry out online sales or what is called digital marketing. Digital marketing is expected to be able to promote existing products in a business in the digital world with the ability to dominate the digital market. Sumenep is a city that is geographically located at the eastern tip of Madura Island. Sumenep is also a city that produces Siwalan brown sugar. Siwalan brown sugar is an important part of life in Sumenep as a food sweetener and is also long-lasting for storage. In 2023, siwalan brown sugar businesses will begin to become extinct and will almost become extinct due to production materials and human resources becoming less interested in this business. So the researcher will conduct research on digital marketing in increasing siwalan brown sugar production in Sumenep district. The method used in qualitative research is by conducting interviews and observations and processing data to obtain solutions and methods that are suitable for solving these problems,*

*The results of the research With the existence of digital marketing, Siwalan brown sugar business actors need special training and support from the village and government in becoming a sales platform so that the community can sell Siwalan brown sugar more quickly and produce it on a large scale every day. Regarding production material issues, there is a need for growers. new siwalan tree so that it can be passed on to the next generation, and the importance of financial reports in recording is very important to increase consumer confidence and ease of managing finances.*

*Keywords: Digital Marketing, Palm sugar, Human resources.*

### ABSTRAK

Indonesia memasuki era digitalisasi, masyarakat mulai berdagang secara digital. Pasar online semakin menjadi harapan besar mendapatkan keuntungan yang cepat, peralihan dari toko konvensional ke toko online menjadi hal lumrah. 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. Sumenep juga merupakan kota penghasil Gula merah siwalan, Gula merah siwalan menjadi bagian terpenting dalam kehidupan di sumenep sebagai bahan pemanis makanan dan awet juga untuk disimpan. Pelaku usaha gula merah siwalan di tahun 2023 mulai merosot dan hampir punah akibat dari bahan produksi dan sumber daya manusia yang mulai kurang tertarik dengan usaha tersebut. Maka peneliti akan membuat penelitian tentang marketing digital dalam peningkatan produksi gula merah siwalan di kabupaten sumenep, adapun metode yang digunakan dalam penelitian kualitatif dengan melakukan wawancara dan observasi dan mengolah data untuk mendapatkan solusi dan cara yang cocok untuk solusi dalam permasalahan tersebut.

Hasil dari penelitian tersebut dengan adanya digital marketing bahwa para pelaku usaha gula merah siwalan perlu adanya pelatihan khusus dan dukungan dari desa maupun pemerintah dalam menjadi wadah penjualan sehingga para masyarakat dapat lebih cepat menjual gula merah siwalan dan memproduksi secara skala besar setiap harinya, terkait permasalahan bahan produksi perlu adanya penanam pohon siwalan baru sehingga berlanjut kegenerasi selanjutnya, dan pentingnya laporan keuangan dalam melakukan pencatatan sangat diperhatikan untuk meningkatkan kepercayaan konsumen dan kemudahan mengelola keuangan.

***Kata Kunci: marketing digital, gula merah siwalan, 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 , pembangunan tersebut tentunya didukung dengan adanya sarana transportasi yang memadai. Negara Indonesia yang telah dikenal sebagai negara berbentuk maritim, peranan dalam angkutan laut sangat penting dalam kehidupan sosial ekonomi. Dimana faktor ekonomis yang dikehendaknya supaya dalam sektor transportasi laut dapat dicapai dengan unitilitas muatan baik muatan curah atau muatan non curah, tentunya diperlukan juga jenis kapal yang sesuai dengan jenis muatan yang nantinya akan diangkut dengan dilengkapi peralatan bongkar muat yang mencukupi. Semua ini dapat dicapai apabila perencanaan maupun perancangan sebuah pelabuhan dilengkapi dengan teknologi yang tepat dan pelaksanaan operasional pelabuhan didukung oleh sarana serta prasarana yang lebih memadai.

Masyarakat Desa Aeng Panas Kecamatan Pragaan patut dijuluki gudangnya orang-orang trampil, sebab hampir semua potensi alam yang dimiliki, tidak luput dari jaman tangan-tangan trampil yang ada disana. Terbukti, dari salah satu tumbuhan siwalan, yang hampir mengitari seluruh tanah Desa yang luasnya sekitar 341.000 hektar itu. Semua bagian dalam pohon itu dimanfaatkan oleh masyarakat. Mulai dari daun mudanya untuk berbagai macam anyaman, seperti tikar, dendeng tempat beras dan sebagainya. Kemudian air siwalan dibuat gula merah, cuka dan sebagainya. Sedangkan buahnya malah biasanya tidak terlalu dianggap penting, bahkan ada yang diberikan pada

orang yang mau naik sendiri untuk dijual ([sumenepkab.go.id](http://sumenepkab.go.id)).

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 (Prasetyo dan Sutopo : 2018). Era revolusi industri 4.0 ini telah mentransformasi berbagai sektor menjadi lebih praktis dan kompleks melalui pemanfaatan teknologi yang terotomatisasi dan terdigitalisasi (Meranti dan Irwansyah : 2018) dalam (utami dan kusumawati : 2021).

Persaingan yang ketat ini dipandang abnormal, sulit dihadapi dengan cara-cara biasa. Penasaran 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. 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 membakar 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. 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 (Dede,2022).

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. 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.

Pengembangan gula siwalan cair telah dilaksanakan untuk meningkatkan perekonomian masyarakat Sumenep. Gula siwalan cair memiliki indeks glikemik yang lebih rendah jika dibandingkan dengan gula pasir sehingga memiliki potensi yang baik untuk dikonsumsi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kandungan kimia (karbohidrat, protein, lemak, kadar air, kadar abu), kadar sukrosa, pH dan viskositas pada produk gula siwalan cair dan untuk mengetahui hasil inovasi dalam penambahan kopi pada gula siwalan cair berbahan dasar gula siwalan cetak. Hasil uji menunjukkan bahwa rata-rata kadar viskositas sebesar 12 N/m<sup>2</sup>, pH sebesar 6 dan derajat Brix sebesar 77. Sedangkan kadar air sebesar 4, kadar abu sebesar 2,4%, kadar protein sebesar 2%, kadar (Manaf, 2023).

Laporan keuangan sangat dibutuhkan dalam memperbaiki kemajuan usaha, dengan prinsip dasar penelitian lain terkait keuangan yaitu manajemen Dinasti sangat berpengaruh dan berdampak besar terjadinya penyalahgunaan aset maka perlunya Prinsip GCG yaitu transparansi, akuntabilitas, tanggung jawab, kemandirian dan kewajiban diketahui untuk perbaikan sistem pengendalian pelaporan pengelolaan tanah secara online atau digital diperlukan sebagai alat yang diperlukan (Pranata et al., 2024), hal tersebut sama juga dengan pelaporan keuangan usaha.

Hal tersebut menjadi tantangan bagi pelaku usaha gula merah siwalan untuk mencari sumber daya manusia yang bisa mengoperasikan komputer atau dapat melakukan penjualan secara online atau yang dikenal dengan marketing digital. Marketing digital diharapkan dapat mempromosikan produk gula merah siwalan 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.

## **METODE PENELITIAN**

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 tentang Produksi Gula merah siwalan Di Desa Aeng Panas Kabupaten Sumenep.

Peneliti memilih informan orang dalam untuk penelitian ini untuk mendapatkan informasi yang optimal dan akurat untuk menjawab rumusan masalah dan memenuhi tujuan penelitian. Informan yaitu pelaku pembuat gula merah siwalan diharapkan dapat memberikan jawaban terbaik dan berbagi pengalaman terkait masalah penelitian. Pengumpulan data dalam studi kasus menggunakan triangulasi, yang menggabungkan antara observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi yang diperlukan untuk data.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pohon siwalan adalah jenis palma yang cukup mempunyai nilai ekonomi. Bagian yang sering dimanfaatkan pada pohon siwalan antara lain daun, buah, batang siwalan, dan bunga. Salah satunya adalah bunganya disadap untuk menghasilkan nira atau orang Madura biasanya menyebutnya la'ang yang dapat diminum langsung dan sebagai bahan baku gula merah. Gula merah mengandung kadar gula yang tinggi dan karbohidrat terdiri dari sukrosa, air, protein, lemak serta sedikit serat, karena pada pengolahan gula merah tidak ditambah dengan bahan campuran apapun.

Pembuatan gula merah siwalan oleh masyarakat sudah ada sejak zaman nenek moyang sampai masih turun temurun dilakukan oleh penduduk desa Aeng Panas, puluhan tahun lalu masyarakat membuat gula merah siwalan dengan cara tradisional dari duhu hingga sekarang, dengan cara pembuatan dan menggunakan alat-alat yang masih sangat tradisional. Produk yang dihasilkan masih sama belum ada inovasi dan varian baru dari produk gula merah.

Desa Aeng Panas pada usaha gula merah siwalan berawal dari aktivitas beberapa rumah warga yang melakukan produksi di rumah masing-masing dengan menggunakan alat yang serba ada, pembuatan gula merah tersebut merupakan aktivitas penduduk dalam menambah mata pencarian dengan memanfaatkan pohon siwalan di sadap untuk mendapatkan nira. Bukan hanya itu saja cara pengelolaannya cukup sederhana dan memakan waktu cukup lama, yaitu menggunakan bahan sederhana.

Adapun proses pembuatan gula merah yaitu melalui proses pengambilan nira siwalan (la'ang) pohon siwalan biasanya masyarakat mengambil nira tersebut pada waktu pagi hari dan sore hari, dalam proses pembuatan gula merah tersebut setelah para lelaki yang bertugas untuk mengambil Nira tersebut maka setelah terkumpul akan bisa dibuat untuk dijadikan gula merah dalam pembuatan atau proses pembuatan gula merah dalam keluarga tersebut istri yang bertanggung jawab untuk mengolah Nira tersebut untuk menjadi gula merah dalam prosesnya kisaran membutuhkan waktu 5 hingga 7 jam lamanya tergantung banyaknya air Nira yang dimasak.

Pohon Siwalan sekitar rumah dan persawahan masyarakat Desa Aeng Panas, pohon tersebut dimanfaatkan masyarakat dijadikan berbagai usaha menambah nilai pendapatan seperti, pembuatan gula merah, pembuatan tikar, pembuatan ketupat dan batangnya dapat dijadikan bahan untuk pembuatan rumah. Dengan begitu tersebar nya pohon siwalan dimanfaatkan oleh masyarakat salah satunya untuk dijadikan gula merah dari hasil penyadapan nira (la'ang) dari pohon tersebut.

Dengan begitu Desa Aeng Panas dapat mengelola potensi alam secara maksimal dengan memanfaatkan pohon, daun serta air nira siwalan yang dapat dijadikan berbagai produk untuk lebih bernilai. Adapun masyarakat yang memilih pekerjaan sebagai petani, pekebun, dan nelayan memiliki presentase yang lebih banyak dari yang lainnya.

Desa Aeng Panas dilihat dari sektor sosial dan ekonomi dilihat dari pengetahuan tentang kondisi sosial ekonomi sangat penting guna melihat tingkat kesejahteraan suatu desa apakah kondisi sosial ekonomi masyarakat tersebut menengah ke atas atau sebaliknya yakni menengah ke bawah.

Desa Aeng Panas pada umumnya mempunyai mata pencaharian pokok seperti petani, mata pencaharian merupakan salah satu aktivitas yang sangat penting dalam menunjang taraf hidup yang layak bagi masyarakat, keadaan ekonomi masyarakat Desa Aeng Panas masih dikatakan menengah ke bawah yang mana mayoritas mata pencaharian pokok masyarakat Desa Aeng Panas sebagai petani, nelayan, berdagang dan ada sebagian



yang bekerja sebagai PNS, Hal tersebut sangat jelas bahwa para masyarakat suka berkebun dan bertani bahkan menjadi nelayan namun disini memiliki promblematikan dalam produksi gula merah siwalan. Dari hasil wawancara salah satu pemilik usaha gula merah siwalan.

“kami sebenarnya tetap bertahan dengan keadaan ini karena modalnya sudah ada dan tinggal panen, namun untuk generasi selanjutnya masi minim meneruskan usaha kami” kata Ibu X pemilik usaha gula merah siwalan.

Dapat tarik kesimpulan dari yang disampaikan Ibu X pemilik usaha gula merah siwalan, hal tersebut yang menjadi tantangan peneliti untuk generasi selanjutnya bisa meneruskan usahan bahkan menghasilkan inovasi dan kreatifitas yang lebih hingga menghasilkan produk baru yang dapat ditawarkan di era ditgital saat ini.

Pada kesehariannya stetegi pemasaran gula merah siwalan hanya dijual di pasar ataupun ada yang mengambil dagangan ke home industri tersebut namun hal tersebut menjadi minim dalam penghasilannya karena harga yang diambil lebih murah dari pada penjualan yang standart, hal tersebut juga menjadi tolak ukur dari para generasi muda untuk tidak melanjutkan usaha tersebut karena minim penghasilan namun kebutuhan gula siwalan di masyarakat masi dalam prioritas untuk menjadikan pemanis makanan ataupun minuman.

Hal tersebut dibantu dengan peneliti dengan adanya strategi pemasaran untuk mendongkrak minat dan bakat para pemuda sehingga dapat meningkatkan produksi gula merah siwalan dan menjadikan produknya dikenal diluar dengan adanya pasar digital. Pemuda yang menjadi target dalam menggunakan media sosial untuk menjadi seorang pengusaha muda.

Marketing digital, Pada dasar strategi pemasaran digital ataupun strategi digital marketing yaitu kegiatan pemasaran produk berupa barang atau jasa menggunakan media atau teknologi berbasis digital. Sebagaimana telah disebutkan sebelumnya, penggunaan media digital diharapkan mampu menjangkau target pasar yang lebih luas.

Pemasaran digital secara isi atau konten, tidak berbeda jauh dengan marketing konvensional. Berbeda karena ada kesempatan untuk berinteraksi langsung dengan calon konsumen ketika kamu memasarkan produk melalui internet. Jadi selain meningkatkan angka penjualan, produk beserta keunggulannya bisa lebih dikenal.

Tiga keunggulan digitla marketing yang akan diterapkan pada pengusaha gula merah siwalan daripada dipasarkan secara konvensional yaitu :

#### 1. Menjangkau target pasar lebih luas

Media konvensional seperti brosur, banner, atau koran dan majalah mungkin efektif untuk menjangkau sejumlah target pasar. Tapi jika ingin menjangkau seluruh lapisan masyarakat, media digital terbukti lebih efektif. Bagaimana tidak, seiring perkembangan zaman hampir semua orang menjadi pengguna internet dan media sosial.

Hal tersebut membuat produk bisa dikenal banyak orang dari berbagai latar belakang baik dari dalam maupun luar negeri Jadi bisa dibayangkan bukan betapa besar potensi pasar yang didapat ketika kamu memutuskan menggunakan strategi digital marketing untuk memasarkan produk.

#### 2. Mendongkrak angka penjualan

Diakui atau tidak, luasnya jangkauan pasar akan memberi dampak besar pada peningkatan angka penjualan. Salah satu faktor yang mempengaruhi adalah kemudahan

informasi yang didapat konsumen tentang suatu produk. Hal tersebut membuat mereka yakin bahwa barang atau jasa yang dijual berkualitas. Akibatnya, angka penjualan semakin meningkat dan kesempatan untuk mendapat pelanggan baru pun semakin besar.

Penjualan gula merah siwalan tersebut akan dilakukan secara keberlasungan di media sosial yang awalnya akan dibantu oleh tim peneliti dalam penjualannya, sehingga diharapkan nantinya sudah memiliki pasar sendiri dan dapat dilanjutkan oleh para pelaku usaha tersebut.

### 3. Lebih hemat

Bagi yang memiliki keterbatasan dana, pemasaran digital merupakan salah satu solusi bijaksana. Lain halnya dengan media konvensional, ketika memasarkan produk di internet kita memiliki banyak variasi alat yang bisa digunakan dan disesuaikan dengan budget.

Misalnya, kita memilih untuk berpromosi melalui Instagram Ads. Pihak Instagram akan memberi pilihan biaya promosi mulai harian hingga bulanan, dengan jumlah jangkauan konsumen sesuai kebutuhan. Jika ingin lebih murah lagi, manfaatkan website dan media sosial pribadi untuk berpromosi.

Meskipun hasilnya mungkin tidak sebesar dengan digital marketing berbayar, tapi kesempatan untuk dikenal banyak orang jelas lebih menjanjikan dibandingkan promosi konvensional.

“belum mencoba pemasaran online karena kebanyakan dipasarkan di rumahan dan dijual ke tetangga saja, kadang juga ada yang ngambil, terpenting kami bisa menjual sudah syukur, Alhamdulillah” Jelas Ibu X pemilik usaha gula merah siwalan.

Peneliti menyimpulkan dengan adanya hal tersebut maka perlu dikenalkannya digital marketing kepada para pengusaha gula merah siwalan, Pengembangan UMKM, merupakan salah satu prioritas pembangunan di Kabupaten Sumenep, sesuai dengan salah satu misi Kabupaten Sumenep, yakni mengembangkan sistem ekonomi kerakyatan yang makin maju dan mandiri, dengan mendorong peningkatan kualitas pelaku usaha termasuk industri kecil dan menengah, sehingga dapat bersaing di tingkat regional maupun nasional. Para pelaku usaha gula merah menjawab hal tersebut dengan membuka usaha walaupun kecil – kecilan tapi perlu peneliti dan pemerintah berikan respon yang baik supaya lebih maju, karena masi belum memanfaatkan penjualan di dunia online karena keterbatasan sumber daya manusia.

Laporan keuangan sangat dibutuhkan untuk mempermudah pengusaha dalam melakukan analisis keuangan mulai dari penganggaran hingga laba atau rugi yang dihasilkan, maka dengan adanya Strategi pemasaran digital atau strategi digital marketing adalah kegiatan pemasaran produk berupa barang atau jasa menggunakan media atau teknologi berbasis digital yang diharapkan selanjutnya bisa membuat laporan keuangan dari manual hingga digital, namun Ibu X pemilik gula merah siwalan belum menggunakannya.

## KESIMPULAN

Pada penelitian ini dapat disimpulkan bahwa para pelaku usaha gula merah siwalan demi meningkatkan produksinya dengan meningkatkan promosi di dunia digital yaitu dengan memiliki manfaat sebagai berikut pertama menjangkau target pasar lebih luas yaitu dengan Media konvensional seperti brosur, banner, atau koran dan majalah

mungkin efektif untuk menjangkau sejumlah target pasar. Tapi jika ingin menjangkau seluruh lapisan masyarakat, media digital terbukti lebih efektif. Bagaimana tidak, seiring perkembangan zaman hampir semua orang menjadi pengguna internet dan media sosial. Hal tersebut membuat produk bisa dikenal banyak orang dari berbagai latar belakang baik dari dalam maupun luar negeri. Jadi bisa dibayangkan bukan betapa besar potensi pasar yang didapat ketika kamu memutuskan menggunakan strategi digital marketing untuk memasarkan produk.

Kedua, Mendongkrak angka penjualan. Diakui atau tidak, luasnya jangkauan pasar akan memberi dampak besar pada peningkatan angka penjualan. Salah satu faktor yang mempengaruhi adalah kemudahan informasi yang didapat konsumen tentang suatu produk. Hal tersebut membuat mereka yakin bahwa barang atau jasa yang dijual berkualitas. Akibatnya, angka penjualan semakin meningkat dan kesempatan untuk mendapat pelanggan baru pun semakin besar. Penjualan gula merah di wilayah tersebut akan dilakukan secara keberlasungan di media sosial yang awalnya akan dibantu oleh tim peneliti dalam penjualannya, sehingga diharapkan nantinya sudah memiliki pasar sendiri dan dapat dilanjutkan oleh para pelaku usaha tersebut.

Ketiga, Lebih hemat. Bagi yang memiliki keterbatasan dana, pemasaran digital merupakan salah satu solusi bijaksana. Lain halnya dengan media konvensional, ketika memasarkan produk di internet kita memiliki banyak variasi alat yang bisa digunakan dan disesuaikan dengan budget.

Laporan keuangan sangat dibutuhkan untuk mempermudah pengusaha dalam melakukan analisis keuangan mulai dari pengangguran hingga laba atau rugi yang dihasilkan, maka dengan adanya Strategi pemasaran digital atau strategi digital marketing adalah kegiatan pemasaran produk berupa barang atau jasa menggunakan media atau teknologi berbasis digital yang diharapkan selanjutnya bisa membuat laporan keuangan dari manual hingga digital.



## DAFTAR PUSTAKA

- Widanta, D. F. (2024). Pengaruh Harga, Digital Marketing, Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Clothing Brand Lokal (Studi Pada Barley Division Blitar) (Doctoral dissertation, STIE MALANGKUCECWARA).
- Muljono, R. K. (2018). Digital Marketing Concept. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sari, S. P. (2020). Strategi Meningkatkan Penjualan Era Di Digital. vol.3 no. 3
- Firmansyah, D., Saepuloh, D., Dede. (2022), Daya Saing : Literasi Digital dan Transformasi Digital. JFBD (Journal of Finance and Business Digital), vol.1 No. 3, 237-250
- Yin, R. K. (2014). Case Study Research: Design and Methods (5th ed.). Thousand Oaks, CA: Sage
- Rahmadyah, N., Aslami, N. (2022), Strategi Manajemen Perubahan Perusahaan di Era Transformasi Digital. Jurnal Ekonomi, vol.2 No. 1, 91-96.
- Putri, N. I., Herdiana, Y., Suharya, Y., Munawar, Z., (2021), Kajian Empiris Pada Transformasi Bisnis Digital. Jurnal Administrasi Bisnis, vol.7 No. 1.
- Salim, E., Hendri, H., Robianto, R., (2020), Strategi Pengembangan Usaha dan Peningkatan Kinerja Dalam Menghadapi Era Digital Pada UMKM Café Tirtasari Kota Padang. JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri), vol.4 No. 1, 10-17.
- Fatma, D. A., Julia, R., (2022), Pengaruh Pandemi Covid-19 terhadap UMKM di Indonesia. SENAKOTA (Seminar Nasional Ekonomi dan Akuntansi).
- Royyana, A., (2018), Strategi Transformasi Digital pada PT. Kimia Farma (Persero) Tbk. vol.3 No.3, 15-32.
- Marfuin, M., Robin., (2021), Strategi Bisnis Digital dan Kinerja Perusahaan Pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). CoMBInES (Conference on Management, Business, Inovation, Education and Social Science), vol.1 No.1.
- Fahemi, I., Fachruddiin, R., Silvi, V., (2019), Analisis E-Business pada Keputusan Kewirausahaan Digital Bisnis (Sebuah Kajian Literatur Studi), 1(1). 71-75.
- Salim, E., Hendri, H., Robianto, R., (2020), Strategi Pengembangan Usaha dan Peningkatan Kinerja Dalam Menghadapi Era Digital Pada UMKM Café Tirtasari Kota Padang. JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri), vol.4 No. 1, 10-17.
- Pranata, M. F., & Zakki, N. (2023). Analisis manajemen dinasti dalam pengelolaan pondok pesantren dalam penyalahgunaan aset wakaf dalam penyalahgunaan aset wakaf pondok xxxxx dalam menghadapi era digital. Aktiva: Jurnal Akuntansi dan Investasi, 8(1), 22-34.