

Analisis Strategi Pemasaran Dengan Memanfaatkan Media Sosial Pada Usaha Vaie Gift

Veren Patricia¹, Fredy Aldo², Kusuma Adi Rahrdjo³

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mahardhika

Email: patricia.veren01@gmail.com, fredyaldo50@gmail.com,
kusumaadirahardjo@gmail.com

Citation: Patricia, V., Aldo, F., & Rahrdjo, K. A. (2023). Analisis Strategi Pemasaran Dengan Memanfaatkan Media Sosial Pada Usaha Vaie Gift. *JURNAL EKONOMI, MANAJEMEN, BISNIS, DAN SOSIAL (EMBISS)*, 3(2), 158–166.
<https://embiss.com/index.php/embiss/article/view/206>

Received: 20 Januari 2023

Accepted: 30 Januari 2023

Published: 13 Februari 2023

Publisher's Note: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis, dan Sosial (EMBISS) stays neutral with regard to jurisdictional claims in published maps and institutional affiliations.



Copyright: © 2023 by the authors. Licensee Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis, dan Sosial (EMBISS), Magetan, Indonesia. This article is an open-access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License.
(<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>)

Abstract.

Indonesia has the potential in the form of creative industries, one of the products produced is in the form of various handicrafts and has the potential to develop. Making handicrafts is currently being done by many people in doing entrepreneurship, one of which is making gift bouquets. The gift bouquets produced also vary, such as flower bouquets, money bouquets, snack bouquets and various other kinds of hampers whose contents can be adjusted according to consumer demand. By utilizing existing materials and creativity, it can create innovations and new job opportunities for the community. In running a business, the marketing process is also important. Therefore, strategies are needed in running a business so that the business can continue to grow and survive in the face of tight competition in the market. Seeing the state of the market, students can take advantage of these opportunities in running entrepreneurial programs held by campuses and students can apply accounting insights obtained during lectures when running their businesses. The Vaie Gift business is engaged in services and the products produced are in the form of bouquets and hampers. In carrying out its business, Vaie Gift develops marketing strategies and utilizes social media that is often used by the public.

Keywords: Marketing Strategy, Social-Media

Abstrak.

Negara Indonesia memiliki potensi berupa industri kreatif, salah satu produk yang dihasilkan berupa kerajinan tangan yang beragam dan mempunyai potensi untuk berkembang. Pembuatan kerajinan tangan saat ini sudah banyak dilakukan masyarakat dalam melakukan wirausaha, salah satunya pembuatan buket hadiah. Buket hadiah yang diproduksi juga bermacam seperti buket bunga, buket uang, buket *snack* dan berbagai macam *hampers* lain yang dapat disesuaikan isinya mengikuti permintaan konsumen. Dengan memanfaatkan bahan-bahan yang ada dan kreatifitas yang dimiliki maka dapat menciptakan inovasi dan peluang kerja baru bagi masyarakat. Dalam menjalankan usaha, proses pemasaran juga merupakan hal yang penting.

Oleh sebab itu, diperlukan strategi-strategi dalam menjalankan suatu usaha sehingga usaha yang dilakukan dapat terus berkembang dan bertahan dalam menghadapi persaingan yang cukup ketat di pasar. Melihat keadaan pasar tersebut maka mahasiswa dapat memanfaatkan peluang tersebut dalam menjalankan program wirausaha yang diselenggarakan kampus dan mahasiswa dapat menerapkan wawasan akuntansi yang di dapat pada saat perkuliahan ketika menjalankan usahanya. Usaha bisnis Vaie Gift bergerak dibidang jasa dan produk yang dihasilkan berupa buket dan *hampers*. Dalam menjalankan usahanya Vaie Gift menyusun strategi pemasaran dan memanfaatkan media sosial yang sering digunakan masyarakat.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Media Sosial

PENDAHULUAN

Negara Indonesia merupakan negara yang berkembang menuju negara industri. Pada saat ini, banyak masyarakat yang membuka bisnis sebagai salah satu sumber penghasilan. Menurut Griffin dan Ebert (2007) bisnis merupakan salah satu kegiatan usaha yang dilakukan seseorang atau sekelompok orang dalam memperoleh keuntungan sesuai tujuan dan target dalam berbagai bidang, baik dilihat pada segi kualitas, kuantitas maupun waktunya. Keuntungan tersebut merupakan tujuan utama dalam dunia bisnis baik jangka pendek maupun jangka panjang. Keuntungan yang dimaksud adalah keuntungan finansial. Suatu bisnis yang bergerak dalam bidang kreatif sudah sering dijumpai saat ini, usaha ini memanfaatkan ide-ide baru dan inovatif para pemilik usaha dalam membuat produknya. Bisnis pada bidang ini menjadi peluang masyarakat untuk memperoleh keuntungan. Banyaknya bisnis yang berkembang dalam bidang kreatif juga menciptakan banyak pesaing, oleh sebab itu pemilik bisnis dituntut untuk berpikir kreatif dalam menjalankan usahanya. Salah satu kunci kesuksesan suatu bisnis yaitu melalui strategi pemasaran.

Menurut Kolter dan Amstrong (2008) strategi pemasaran merupakan rangkaian logika mengenai pemasaran seperti perencanaan, penentuan harga, cara mempromosikan produk, dan cara mendistribusikan produk pada konsumen untuk tujuan memperoleh keuntungan. Besarnya keuntungan ditetapkan sesuai target dan batas waktunya.

Usaha bisnis Vaie Gift merupakan usaha mikro kecil menengah (UMKM) yang bergerak di bidang jasa. Produk yang dihasilkan berupa buket uang, buket *snack*, *handbag snack*, piala *graduation*, *frame graduation*, dan *hampers* aromaterapi. Umumnya produk yang dijual merupakan hadiah yang biasa ada pada acara kelulusan, pernikahan dan ulang tahun. Kelebihan dari usaha bisnis Vaie Gift yaitu konsumen dapat mengajukan permintaan atas isi dari produk yang dijual, bahan baku yang digunakan juga merupakan kualitas terbaik, dan tetap memiliki harga yang relatif murah dan terjangkau bagi semua kalangan masyarakat.

Dalam menjalankan usahanya, Vaie Gift juga memiliki banyak pesaing yang membuka bisnis dibidang yang sama. Dari kondisi tersebut maka usaha bisnis Vaie Gift perlu merancang strategi bisnis yang tepat dalam menjalankan usahanya. Dalam menjalankan usahanya, Vaie Gift memerlukan strategi pemasaran yang terdiri dari langkah-langkah strategi sebagai sarana organisasi yang digunakan untuk mencapai tujuannya. Strategi menggambarkan konsep manajemen dalam lingkup bisnis, misi dan visi, maksud dan tujuan. Pembuatan strategi bisnis

bertujuan agar usaha yang dijalankan dapat bertahan dan bersaing di pasar serta mendapat keuntungan dari usaha yang dijalankan. Oleh sebab itu, strategi bisnis merupakan hal yang penting dan dibutuhkan dalam menjalankan suatu kegiatan usaha agar usaha yang dijalankan dapat bersaing dengan usaha-usaha lain yang ada di pasar. Salah satu strategi pemasaran yang dilakukan oleh usaha bisnis Vaie Gift yaitu dengan menerapkan analisis SWOT dan memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi.

Menurut Sutojo dan Kleinsteuber (2002) analisis SWOT merupakan analisis yang digunakan menentukan tujuan usaha yang realistis dengan memperhatikan kondisi usaha yang dijalankan yaitu kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dihadapi oleh suatu usaha bisnis. Melalui analisis SWOT, maka akan tercipta pendekatan-pendekatan yang merupakan strategi yang dapat diambil dalam menjalankan usaha Vaie Gift. Selain itu usaha bisnis Vaie Gift juga memanfaatkan media sosial untuk promosi dengan tujuan memperkenalkan produk yang akan dijual pada masyarakat, promosi ini dilakukan dengan semenarik mungkin agar dapat meningkatkan minat masyarakat.

Dalam penelitian ini dapat diketahui bahwa strategi pemasaran merupakan hal yang penting bagi perkembangan dan kemajuan dari suatu usaha, oleh sebab itu penulis tertarik untuk mengevaluasi strategi pemasaran yang tepat menggunakan metode analisis SWOT dan dapat diterapkan pada usaha bisnis Vaie Gift.

METODE PENELITIAN

Metode penulisan yang digunakan dalam jurnal ini yaitu metode deskriptif kualitatif. Data kualitatif merupakan pendekatan penulisan yang bertujuan memperoleh informasi-informasi mengenai keadaan yang sebenarnya (Mardalis 2014). Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari proses mendiskripsikan, mencatat, menganalisis data yang bersumber dari praktek dan observasi secara langsung pada lokasi penjualan dan melalui analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) dan memanfaatkan media sosial dalam mempromosikan usaha bisnis Vaie Gift. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari data berikut:

Data Primer. Data primer yang diperoleh dari penelitian ini berasal dari hasil praktek dan observasi secara langsung pada kondisi yang terjadi saat ini di usaha bisnis Vaie Gift.

Data Sekunder. Data sekunder yang diperoleh dari penelitian ini berasal dari buku dan jurnal.

HASIL DAN PEMBAHASAN

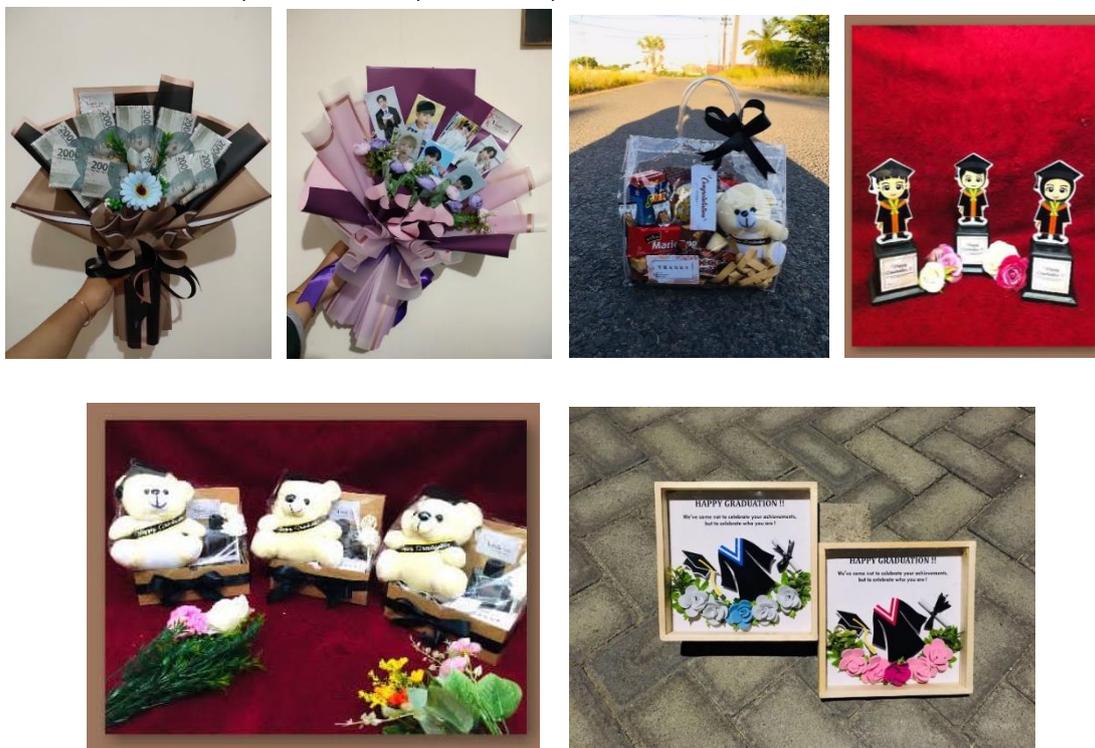
Deskripsi Singkat Usaha Vaie Gift

Usaha Vaie Gift merupakan bisnis usaha yang didirikan oleh 5 mahasiswa jurusan Akuntansi STIE Mahardhika. Usaha ini bergerak di bidang jasa dengan melakukan penjualan produk berupa *handbag*, buket *snack*, buket uang, piala *graduation*, *frame graduation* dan berbagai macam *hampers* hadiah lainnya yang biasa di pasarkan pada perayaan ulang tahun, kelulusan atau wisuda, pernikahan dan acara-acara lainnya, isi dari buket yang dijual juga dapat disesuaikan berdasarkan permintaan konsumen dengan menggunakan bahan baku kualitas terbaik dan mengikuti *trend* saat ini. Target pasar dalam usaha ini berasal dari berbagai macam kalangan mulai dari anak sekolah SD, SMP, SMA, mahasiswa, maupun orang yang sudah berkeluarga. Dengan pembuatan produk *gift*, *souvenir* atau hadiah yang berasal dari inovasi berbagai macam jenis hadiah, varian isi dalam hadiah dan bentuk serta model yang di produksi maka produk yang di pasarkan dapat di gemari oleh seluruh kalangan masyarakat. Harga yang

di tawarkan juga cukup terjangkau sesuai pasar saat ini dengan tetap mengutamakan kualitas. Selain melakukan penjualan secara langsung atau *offline*, usaha Vaie Gift juga dilakukan secara *online* dengan menggunakan strategi pemasaran atau strategi *digital marketing*. Strategi ini memanfaatkan berbagai macam media sosial seperti Facebook, Instagram, dan WhatsApp.

Hasil Produk Vaie Gift

Dengan semakin berkembangnya zaman maka persaingan juga semakin ketat antara para pemilik usaha, sehingga pemilik usaha dituntut untuk mampu menciptakan berbagai macam ide kreatif, inovatif, dan terus mengikuti *trend* yang berkembang dalam masyarakat dan mengikuti perkembangan teknologi saat ini demi menarik minat konsumen. Agar usaha yang di jalankan dapat terus bertahan dan berkembang, produk yang di jual harus memiliki berbagai macam variasi yang di tawarkan sesuai minat konsumen. Pemberian pelayanan yang baik kepada konsumen juga penting seperti memperhatikan bahan baku yang digunakan merupakan kualitas terbaik, memastikan produk yang di jual tidak rusak dan aman sampai pada konsumen agar konsumen tidak merasa kecewa dan dapat menjadi pelanggan tetap dari usaha yang didirikan. Berikut merupakan beberapa contoh produk dari usaha Vaie Gift:



Gambar 1 Contoh produk Vaie Gift
Sumber: Data Diolah Penulis Tahun 2022

Berikut merupakan harga dari produk-produk yang dijual pada usaha Vaie Gift: (1) Buket Uang, memiliki harga yang beragam sesuai dengan banyaknya uang yang digunakan pada bucket, harga yang biasa ditawarkan yaitu Rp50.000, Rp75.000, Rp110.000, Rp400.000 dll; (2) Buket *Snack*, memiliki varian harga yaitu Rp35.000, Rp40.000 Rp50.000, Rp65.000 di; (3) *Hampers* aromaterapi, memiliki harga Rp55.000; (4) *Frame Graduation*, terdapat 2 jenis varian yaitu ukuran besar dengan harga Rp65.000 dan ukuran kecil dengan harga 55.000; (5) Boneka, memiliki harga Rp50.000; (6) Piala *Graduation*, memiliki harga Rp50.000; dan (7) *Handbag Snack*, memiliki harga Rp50.000.

Analisis SWOT

Menurut Sutojo dan Kleinsteuber (2002:8) analisis SWOT digunakan dalam menentukan tujuan usaha yang realistis dengan memperhatikan kondisi usaha yang dijalankan yaitu kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dihadapi oleh suatu usaha bisnis. Dengan analisis SWOT maka suatu usaha bisnis dapat terus mengembangkan kekuatan usaha yang dimiliki, memperbaiki kelemahan yang ada sehingga usaha bisnis tersebut dapat berkembang dan lebih maju, memanfaatkan peluang yang ada dan memiliki solusi atas segala ancaman yang harus dihadapi.

Faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja suatu usaha bisnis adalah faktor internal dan faktor eksternal. Dalam analisis SWOT yang meliputi faktor internal adalah *strengths* dan *weaknesses* sedangkan yang meliputi faktor eksternal adalah *opportunities* dan *threats*. Analisis SWOT akan membandingkan dan mengevaluasi faktor-faktor internal dan eksternal tersebut. Analisis SWOT dilakukan menggunakan metode praktek dan observasi secara langsung pada tempat penjualan, kemudian mengevaluasi faktor-faktor internal dan eksternal. Hasil dari pemetaan dari *Strengths* (kekuatan), *Weaknesses* (kelemahan), *Opportunities* (peluang), dan *threats* (ancaman) akan digabungkan dan menghasilkan empat pendekatan pada analisis SWOT. Berikut merupakan analisis SWOT yang merupakan *strengths*, *weaknesses*, *Opportunities*, dan *threats* pada usaha Vaie Gift:

Tabel 1 Analisis SWOT pada usaha Vaie Gift

Kekuatan	Kelemahan
Bisa <i>request/</i> mengajukan permintaan untuk variasi isi buket Harga terjangkau Terdapat banyak variasi produk	Memerlukan waktu/ tidak bisa cepat Transportasi yang terbatas
Peluang	Ancaman
Telah mempunyai konsumen tetap Terus mengikuti <i>trend</i> dan kemajuan teknologi saat ini	Terdapat banyak pesaing Proses tawar menawar konsumen saat transaksi berlangsung dapat menyebabkan konsumen berubah pikiran

Sumber: Data Diolah Penulis Tahun 2022

Berdasarkan tabel diatas maka dapat ditarik empat pendekatan dari hasil interpretasi analisis SWOT pada usaha Vaie Gift sebagai berikut:

1. Strategi SW (*Strengths Weaknesses*). Strategi SW berasal dari kekuatan dan kelemahan yang dimiliki usaha Vaie Gift, yaitu sebagai berikut:
 - a. Usaha bisnis Vaie Gift menyediakan berbagai macam variasi produk yang dijual, memiliki harga yang terjangkau dan konsumen dapat mengajukan permintaan untuk isi dari buket yang akan dibeli. Dari kondisi tersebut maka pembuatan produk dari usaha bisnis Vaie Gift tidak bisa dilakukan dengan cepat dan memerlukan waktu. Untuk mengatasi hal tersebut maka usaha bisnis Vaie Gift akan membuka PO (*Pre-Order*) dimana konsumen dapat melakukan pemesanan produk dengan batas pemesanan maksimal 3 hari.
 - b. Produk yang dijual dari usaha bisnis Vaie Gift memiliki banyak variasi sehingga produk yang dijual cukup banyak. Dari banyaknya produk yang dijual tersebut maka diperlukan transportasi yang memadai, maka solusi yang dapat diambil oleh usaha Vaie Gift yaitu dengan menyewa mobil atau menggunakan keranjang ronjot untuk sepeda motor dalam membawa produk yang akan dijual.
2. Strategi OT (*Opportunities Threats*). Strategi OT berasal dari peluang dan ancaman yang dimiliki usaha Vaie Gift, yaitu sebagai berikut:

- a. Dengan berbagai macam variasi produk dan pelayanan pelanggan yang baik dengan menggunakan bahan baku kualitas terbaik dan memastikan tidak ada kerusakan/cacat pada produk, usaha bisnis Vaie Gift telah memiliki beberapa pelanggan tetap. Namun pesaing dari usaha Vaie Gift juga cukup banyak, maka solusi yang dapat diambil untuk usaha bisnis Vaie Gift yaitu dengan terus mengembangkan ide kreatif untuk produk yang akan dijual seperti memberikan kartu ucapan dan stiker-stiker lucu pada produk yang akan dijual sehingga produk yang dijual berbeda dengan pesaing lain, dan dapat menarik perhatian konsumen.
 - b. Produk-produk yang dijual oleh usaha Vaie Gift selalu mengikuti *trend* yang berkembang dalam masyarakat, hal tersebut menjadi salah satu daya tarik agar konsumen membeli produk dari usaha Vaie Gift. Meskipun banyak konsumen yang tertarik dan harga produk sudah cukup terjangkau, tetap ada konsumen yang menawar harga produk dari usaha Vaie Gift. Dari kondisi tersebut usaha bisnis Vaie Gift mengambil solusi dengan memberikan potongan harga atau memberikan bonus gratis untuk pembelian produk dalam jumlah banyak, dengan memberikan opsi tersebut maka akan membuat konsumen memiliki keuntungan jika membeli produk dalam jumlah banyak.
3. Strategi SO (*Strengths Opportunities*). Strategi SO berasal dari kekuatan dan peluang yang dimiliki usaha Vaie Gift, yaitu sebagai berikut:
- a. Usaha Vaie Gift menyediakan opsi bagi konsumen yaitu konsumen dapat mengajukan permintaan untuk variasi isi dari buket yang akan dibeli, dengan opsi yang disediakan tersebut maka konsumen dapat merasa puas dan akan menjadi konsumen tetap dari usaha bisnis Vaie Gift. Usaha bisnis Vaie Gift juga terus mengikuti perkembangan *trend* yang ada dalam masyarakat sehingga konsumen akan merasa puas dan mempromosikan produk yang dijual oleh usaha Vaie Gift pada teman-temannya atau konsumen lain.
 - b. Produk yang dijual dari usaha bisnis Vaie Gift memiliki harga yang relatif murah dan terjangkau bagi semua kalangan masyarakat. Dari harga-harga yang ditawarkan maka dapat dipastikan konsumen akan kembali membeli produk dari usaha bisnis Vaie Gift dan menjadi konsumen tetap.
 - c. Usaha Vaie Gift menjual berbagai macam produk seperti buket uang, buket *snack*, *handbag snack*, *hampers* aromaterapi, piala *graduation*, *frame graduation dll*. Bahan baku yang digunakan juga menggunakan kualitas terbaik. Dari banyaknya variasi yang ditawarkan dan kualitas produk maka konsumen memiliki banyak opsi untuk membeli produk dari usaha Vaie Gift sehingga konsumen tidak akan merasa bosan karena konsumen dapat memiliki beberapa opsi produk yang akan dibeli.
4. Strategi WT (*Weaknesses Threats*). Strategi WT berasal dari kelemahan dan ancaman yang dimiliki usaha Vaie Gift, yaitu sebagai berikut:
- a. Karena pembuatan produk usaha Vaie Gift memerlukan waktu maka dibuat sistem PO (*Pre-Order*) dengan maksimal pemesanan 3 hari, inovasi juga terus dikembangkan baik dalam variasi produk yang dijual maupun promosi yang dilakukan. Promosi produk usaha Vaie Gift terus dilakukan melalui media sosial seperti Instagram, WhatsApp, dan Facebook. Promosi dibuat semenarik mungkin seperti pengambilan gambar yang baik dan menarik, terdapat video menarik mengenai produk yang dijual dan memberikan deskripsi yang jelas tentang produk dan harga yang ditawarkan.
 - b. Karena pendiri usaha dari Vaie Gift adalah mahasiswa maka transportasi yang digunakan untuk membawa produk juga terbatas, dengan kondisi tersebut maka

perencanaan penggunaan transportasi harus dibuat agar dapat mempersiapkan transportasi yang akan digunakan yaitu dengan menyewa mobil atau menggunakan sepeda motor dan mencegah produk dari kerusakan akibat transportasi yang terbatas. Selain itu, usaha Vaie Gift juga menyediakan pengiriman langsung ke rumah konsumen untuk mempermudah konsumen melakukan pembelian.

Media Sosial

Menurut Van Dijk (2015) menyatakan bahwa media sosial merupakan media yang berfokus pada keberadaan pengguna dengan memberikan berbagai fasilitas untuk mempermudah pengguna dalam beraktivitas atau berkolaborasi, karena itu media sosial juga menjadi penghubung antara pengguna lain dan membentuk ikatan sosial. Sedangkan menurut Boyd (2015) media sosial adalah kumpulan *software* yang digunakan seseorang atau sekelompok orang untuk berkumpul, berbagi dan berinteraksi.

Dari pernyataan tersebut maka dapat disimpulkan media sosial merupakan media yang digunakan seseorang atau sekelompok orang dalam melakukan berbagai aktifitas dua arah dalam macam-macam bentuk pertukaran, kolaborasi, dan berinteraksi dalam bentuk tulisan, visual, dan audiovisual. Banyak masyarakat yang menggunakan media sosial dengan berbagai tujuan salah satunya demi mempromosikan produk yang akan dijual.

Para pemilik usaha sering kali memanfaatkan media sosial dalam mempromosikan produk yang akan dijual dengan tujuan memperkenalkan produknya semenarik mungkin untuk meningkatkan minat konsumen dan melakukan pembelian produknya. Penggunaan media sosial sangat efisien dan juga mempermudah para pemilik usaha. Dengan menggunakan media sosial, para pemilik usaha dapat mempromosikan produk yang akan dijual melalui gambar yang diunggah pada media sosial dan memperkenalkan produk melalui penjelasan yang menarik yang dapat meningkatkan minat masyarakat. Melalui media sosial, interaksi sosial juga semakin luas sehingga para pemilik usaha dapat menjangkau masyarakat pada berbagai kalangan. Jadi media sosial dapat menjadi perantara antara para pemilik usaha dan konsumen.

Pendistribusian produk dari Vaie Gift dilakukan secara langsung yaitu dengan konsumen yang datang langsung ke lokasi usaha atau dapat menghubungi melalui media sosial Vaie Gift. Pendistribusian produk secara langsung pada konsumen yaitu melalui mulut ke mulut sehingga konsumen dapat membawa pelanggan baru. Pada promosi yang dilakukan, usaha Vaie Gift akan mempromosikan pada masyarakat khususnya konsumen tentang jenis usaha yang dilakukan dengan cara memperkenalkan secara langsung pada orang-orang sekitar seperti tetangga, kantor, kampus maupun sekolah.

Promosi yang dilakukan juga memanfaatkan media sosial yang sering digunakan masyarakat seperti Instagram, Facebook, WhatsApp dengan menampilkan keunggulan dan kelebihan produk yang dijual, serta deskripsi yang jelas mengenai produk dan harga yang ditawarkan. Melalui promosi yang telah dilakukan, usaha Vaie Gift tidak perlu mengeluarkan biaya yang mahal dan perkembangan pemesanan dari konsumen dapat di pantau secara langsung dari media sosial.

Selain itu, usaha Vaie Gift juga dapat memantau penjualan dan pemasaran secara langsung, dapat memantau minat masyarakat melalui *trend* yang berkembang dalam masyarakat saat ini. Media sosial juga menyediakan berbagai fitur yang bermanfaat seperti menyediakan sarana dalam melakukan pertukaran pesan dengan pengguna media sosial lain, melalui fitur ini para pemilik usaha dapat berinteraksi secara langsung dengan masyarakat sehingga dapat mempermudah para pemilik usaha dalam mempromosikan produknya dan menjawab segala pertanyaan konsumen. Melalui media sosial, para pemilik usaha juga dapat mengunggah gambar maupun video untuk mempromosikan produknya.

Salah satu media sosial yang paling sering digunakan pada usaha bisnis Vaie Gift adalah Instagram. Melalui Instagram pemilik usaha dapat mengunggah foto produk, menerapkan filter digital agar produk terlihat lebih menarik, dan membagikannya pada pengguna lain agar produk Vaie Gift dapat lebih dikenal masyarakat. Instagram juga memiliki berbagai fitur-fitur unik yang dapat dimanfaatkan pemilik usaha seperti karya foto, karya video, snapgram, siaran langsung dan masih banyak lagi. Selain menggunakan Instagram, usaha bisnis Vaie Gift juga menggunakan Facebook dan WhatsApp sebagai sarana untuk mempromosikan produknya. Melalui media sosial, usaha Vaie Gift juga dapat mengetahui komentar dan tingkat kepuasan masyarakat mengenai produk yang dijual menggunakan metode sebagai berikut:

1. **Sistem Pengaduan.** Melalui sistem ini, konsumen diberi kesempatan untuk memberikan komentarnya atas produk usaha Vaie Gift berupa saran, keluhan dan bentuk ketidakpuasan lainnya dengan cara menyediakan kotak saran. Dari kotak saran tersebut, usaha bisnis Vaie Gift dapat mengetahui saran dan keluhan konsumen kemudian dapat menjadi bahan dalam memperbaiki usahanya.
2. **Survey Pelanggan.** *Survey* pelanggan adalah cara yang paling sering digunakan pemilik usaha sebagai alat ukur tingkat kepuasan konsumen, baik melalui kolom komentar pada media sosial, pesan pribadi dari konsumen atau wawancara secara langsung.
3. **Panel Pelanggan.** Melalui panel pelanggan, para pemilik usaha dapat menerima informasi mengenai tingkat kepuasan konsumen, dan mengunggahnya pada media sosial sehingga masyarakat dapat melihat tingkat kepuasan para pelanggan yang telah membeli produknya.

SIMPULAN DAN SARAN

Salah satu yang menentukan keberhasilan sebuah usaha adalah melalui kemampuan pemasaran produk yang akan dijual. Dengan semakin berkembangnya zaman persaingan juga semakin ketat, para pemilik usaha juga dituntut untuk lebih kreatif untuk meningkatkan minat konsumen.

Promosi merupakan salah satu strategi pemasaran yang dapat meningkatkan minat konsumen. Strategi pemasaran yang diterapkan oleh usaha bisnis Vaie Gift adalah analisis SWOT, yaitu dengan mengevaluasi *Strengths* (kekuatan), *Weaknesses* (kelemahan), *Opportunities* (peluang), dan *Threats* (ancaman) pada kondisi usaha saat ini dan dengan memanfaatkan media sosial yang berkembang dalam masyarakat. Melalui analisis SWOT, usaha bisnis Vaie Gift dapat mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dimiliki, dan dapat mengambil solusi yang tepat untuk terus mengembangkan usahanya.

Usaha bisnis Vaie Gift menjual produk berupa buket uang, buket *snack*, *handbag snack*, piala *graduation*, *frame graduation*, dan *hampers* aromaterapi, karena memiliki banyak variasi produk maka target pasar dari usaha Vaie Gift bisa berasal dari semua kalangan. Selain itu, usaha bisnis Vaie Gift juga menyediakan produk sesuai dengan permintaan pembeli dengan memperhatikan kualitas bahan-bahan yang digunakan, bertanggungjawab jika terdapat kesalahan, kerusakan pada produk dengan menggantinya dengan produk baru atau dengan uang kembali dan dengan memanfaatkan media sosial sebagai sarana untuk mempromosikan produknya.

Media sosial merupakan salah satu media yang mempunyai saluran akses yang beragam yang berisi berbagai informasi mengenai berbagai produk yang diproduksi para pemilik usaha. Dalam meningkatkan penjualan, usaha Vaie Gift memanfaatkan media sosial dengan melakukan promosi pada media sosial yang sering digunakan masyarakat seperti Instagram, Facebook, dan WhatsApp.

Saran, agar usaha Vaie Gift dapat memperluas jaringan media sosial yang digunakan dengan tujuan meningkatkan penjualan produk yang akan dijual. Pemilik usaha harus selalu mengikuti trend yang berada pada masyarakat dan mengembangkan ide-ide kreatif agar dapat bersaing dengan para pemilik usaha lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Aini, N, Maya Purnama, Cecep Yandi. (2021). *Analisis SWOT Pengelolaan Digital Marketing Pada Brand DIOR Untuk Kepuasan Konsumen*. Jurnal Pendidikan Multimedia 3 (4): 103-110
- Bakhtiar, Muh Rizal, Risma Niswany, Andi Muhammad, Ika Reskiyanti. (2022). *Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Daya Saing Bisnis Toko Filosofi Gift Di Kota Makassar*. Jurnal Ekonomi dan Pendidikan 5 (1): 20-27
- Fantini, E., Sofyan, M., & Suryana, A. (2021). Optimalisasi Sosial Media Sebagai Sarana Promosi Usaha Kecil Menengah Meningkatkan Penjualan di Masa Pandemi Covid-19. *JURNAL EKONOMI, MANAJEMEN, BISNIS, DAN SOSIAL (EMBISS)*, 1(2), 126–131. Retrieved from <https://embiss.com/index.php/embiss/article/view/18>
- Griffin, Ebert. (2007). *Pengantar Bisnis*. Jakarta: Erlangga
- Lukitasari, Lia Nirawati. (2021). *Analisis Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Online Shop Queenstreet*. Jurnal Disrupsi Bisnis 4 (3): 190-200
- Mardalis. (2014). *Metode Penelitian*. Jakarta: Bumi Aksara
- Philip Kotler dan Armstrong. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, edisi 12, PT Gelora Aksara Pratama, Erlangga
- Putri. A, Nur Faidah, Linda Hetri, Mentari Dwi. (2021). *Analisis Manajemen Strategi Usaha Bucket Snackdf Pekanbaru*. Accounting Journal 1 (3): 394-404
- Sutojo, Siswanto dan F. Kleinsteuber. (2002). *Strategi Manajemen Pemasaran*, cetakan pertama. Jakarta: Damar Mulia Pustaka