



ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DIGITAL MENGGUNAKAN LINKUMKM BRI PADA USAHA KECIL MENENGAH KECAMATAN PANUMBANGAN

Siti Amirah Makarim¹, Sani Haryati²

¹Fakultas Manajemen, Program Studi Keuangan Perbankan, STIE Latifah Mubarokiyah, Tasikmalaya, Indonesia

² Fakultas Manajemen, Program Studi Manajemen, STIE Latifah Mubarokiyah, Tasikmalaya, Indonesia

Email Korespondensi: siti.makarim@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pemasaran digital yang diterapkan menggunakan platform LinkUMKM BRI pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kecamatan Panumbangan. Berdasarkan pendekatan kualitatif dengan studi kasus, data dikumpulkan melalui kuesioner, wawancara mendalam, dan observasi pada 30 UMKM yang menggunakan platform tersebut. Temuan utama menunjukkan bahwa meskipun sebagian besar UMKM telah menggunakan fitur dasar LinkUMKM BRI seperti pembuatan katalog produk dan transaksi online, masih terdapat kendala teknis, rendahnya literasi digital, dan keterbatasan akses internet yang menghambat adopsi teknologi ini. Namun, penggunaan platform tersebut telah memberikan dampak positif berupa peningkatan penjualan, akses pasar yang lebih luas, dan efisiensi dalam pengelolaan bisnis. Saran untuk meningkatkan efektivitas penggunaan LinkUMKM BRI meliputi peningkatan pelatihan dan literasi digital, pengembangan fitur platform, peningkatan infrastruktur internet, dukungan teknis dan konsultasi, pengembangan komunitas UMKM, serta evaluasi dan feedback berkelanjutan. Implikasi dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam memperkuat literasi digital dan kapasitas pemasaran UMKM, serta menjadi masukan bagi Bank Rakyat Indonesia (BRI) dalam meningkatkan layanan LinkUMKM untuk mendukung pertumbuhan UMKM di Indonesia.

Kata Kunci: Strategi pemasaran, Pemasaran Digital, Link UMKM BRI, UMKM

ABSTRACT

This research aims to analyze the digital marketing strategy implemented using the LinkUMKM BRI platform for Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Panumbangan Subdistrict. Based on a qualitative approach with a case study, data were collected through questionnaires, in-depth interviews, and observations on 30 MSMEs using the platform. The main findings indicate that although most MSMEs have used basic features of LinkUMKM BRI such as product catalog creation and online transactions, there are still technical constraints, low digital literacy, and limited internet access hindering the adoption of this technology. However, the use of the platform has had a positive impact in terms of increased sales, broader market access, and business management efficiency. Suggestions to

enhance the effectiveness of using LinkUMKM BRI include increasing training and digital literacy, developing platform features, improving internet infrastructure, providing technical support and consultation, developing MSME communities, and continuous evaluation and feedback. The implications of this research are expected to contribute to strengthening digital literacy and marketing capacity of MSMEs, as well as providing input to Bank Rakyat Indonesia (BRI) in enhancing LinkUMKM services to support MSME growth in Indonesia.

Keywords: Marketing strategy, Digital Marketing, LinkUMKM BRI, Small and Medium Enterprises

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam dunia bisnis. Salah satu dampak yang paling nyata adalah munculnya berbagai platform digital yang memungkinkan pelaku usaha untuk memperluas jangkauan pasar mereka. Di Indonesia, sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan tulang punggung perekonomian nasional. UMKM tidak hanya berkontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB), tetapi juga menyerap sebagian besar tenaga kerja. Namun, banyak UMKM yang masih menghadapi berbagai tantangan, terutama dalam hal pemasaran produk.

UMKM adalah jenis usaha yang memiliki skala kecil hingga menengah, baik dari segi jumlah karyawan, pendapatan, maupun aset. Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, UMKM dibagi menjadi tiga kategori utama:

1. **Usaha Mikro:** Usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam undang-undang.
2. **Usaha Kecil:** Usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil.
3. **Usaha Menengah:** Usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam undang-undang.

Di Kecamatan Panumbangan, Kabupaten Ciamis, UMKM memainkan peran penting dalam perekonomian lokal. Namun, tantangan yang dihadapi oleh para pelaku UMKM di wilayah ini cukup kompleks, termasuk keterbatasan akses ke pasar yang lebih luas, rendahnya literasi digital, dan kurangnya pemahaman mengenai strategi pemasaran modern.

BRI, sebagai salah satu bank terbesar di Indonesia, telah mengambil inisiatif untuk membantu UMKM dengan meluncurkan platform LinkUMKM. Platform ini bertujuan untuk mendukung digitalisasi UMKM melalui berbagai fitur yang mendukung kegiatan pemasaran, penjualan, dan pengelolaan usaha secara online. Di Kecamatan Panumbangan, pemanfaatan LinkUMKM BRI menawarkan peluang besar untuk mengatasi keterbatasan pemasaran yang selama ini dihadapi oleh para pelaku UMKM.

Meskipun LinkUMKM BRI menawarkan berbagai manfaat potensial, banyak UMKM di Kecamatan Panumbangan yang belum sepenuhnya memanfaatkan platform ini. Beberapa permasalahan yang diidentifikasi antara lain adalah kurangnya pemahaman tentang cara menggunakan platform digital, rendahnya literasi digital di kalangan pelaku UMKM, serta kendala teknis dan operasional lainnya yang menghambat adopsi teknologi ini.

Penelitian ini akan fokus pada analisis strategi pemasaran digital yang diterapkan melalui LinkUMKM BRI pada UMKM di Kecamatan Panumbangan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan atau kegagalan implementasi strategi pemasaran digital menggunakan platform tersebut, serta memberikan rekomendasi yang dapat membantu UMKM di wilayah ini untuk memaksimalkan manfaat dari penggunaan LinkUMKM BRI.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam memperkuat literasi digital dan kapasitas pemasaran UMKM, sehingga mereka dapat lebih kompetitif di pasar lokal maupun global. Selain itu, hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi masukan bagi BRI untuk meningkatkan fitur dan layanan LinkUMKM, agar lebih sesuai dengan kebutuhan pelaku UMKM.

METODE PENELITIAN

2.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Jenis penelitian ini dipilih karena bertujuan untuk memperoleh pemahaman mendalam mengenai penggunaan platform LinkUMKM BRI dalam strategi pemasaran digital oleh UMKM di Kecamatan Panumbangan. Melalui pendekatan kualitatif, penelitian ini dapat menggali informasi secara rinci tentang pengalaman, persepsi, dan tantangan yang dihadapi oleh para pelaku UMKM dalam mengadopsi teknologi digital untuk pemasaran.

Karakteristik Penelitian Kualitatif

1. Deskriptif dan Eksploratif: Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan fenomena yang ada serta mengeksplorasi berbagai aspek yang terkait dengan penggunaan LinkUMKM BRI. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk mendapatkan gambaran yang lebih komprehensif mengenai realitas yang dihadapi oleh UMKM.
2. Kontekstual: Penelitian kualitatif berfokus pada pemahaman konteks di mana fenomena terjadi. Dalam hal ini, konteksnya adalah Kecamatan Panumbangan dan bagaimana UMKM di wilayah tersebut memanfaatkan LinkUMKM BRI untuk pemasaran digital.
3. Partisipatif dan Interaktif: Proses pengumpulan data melibatkan interaksi langsung antara peneliti dan responden melalui wawancara mendalam, kuesioner, dan observasi. Hal ini memungkinkan peneliti untuk memahami perspektif dan pengalaman subjek penelitian secara lebih mendalam.

Manfaat Pendekatan Studi Kasus

Pendekatan studi kasus dipilih karena memberikan beberapa keuntungan dalam konteks penelitian ini:

1. Detail dan Mendalam: Studi kasus memungkinkan peneliti untuk menggali informasi secara rinci mengenai satu atau beberapa kasus tertentu, dalam hal ini adalah UMKM di Kecamatan Panumbangan yang menggunakan LinkUMKM BRI.
2. Kontekstualisasi: Studi kasus memungkinkan peneliti untuk memahami fenomena dalam konteks aslinya. Hal ini penting untuk mendapatkan gambaran yang akurat mengenai bagaimana LinkUMKM BRI digunakan dalam strategi pemasaran digital di lingkungan yang spesifik.
3. Pembelajaran dari Praktik Nyata: Dengan fokus pada kasus nyata, studi kasus memberikan wawasan praktis yang dapat diaplikasikan dalam konteks serupa atau memberikan dasar bagi pengembangan teori lebih lanjut.

Dengan menggunakan pendekatan penelitian kualitatif dan studi kasus, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih dalam dan kontekstual mengenai

efektivitas dan tantangan penggunaan LinkUMKM BRI dalam strategi pemasaran digital oleh UMKM di Kecamatan Panumbangan. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi praktis untuk meningkatkan adopsi dan pemanfaatan platform digital oleh UMKM, serta kontribusi teoritis bagi studi pemasaran digital dan pengembangan UMKM di Indonesia.

2.2. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang berada di Kecamatan Panumbangan, Kabupaten Ciamis. Berdasarkan data dari Dinas Koperasi dan UMKM setempat, terdapat sekitar 500 UMKM yang aktif di wilayah ini.

Sampel penelitian akan diambil menggunakan metode purposive sampling, yaitu teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu. Kriteria pemilihan sampel adalah:

1. UMKM yang sudah menggunakan platform LinkUMKM BRI minimal selama 6 bulan.
2. UMKM yang memiliki akses internet dan perangkat digital.
3. Pemilik atau pengelola UMKM bersedia untuk diwawancara dan berpartisipasi dalam penelitian ini.

Dari populasi tersebut, akan diambil sampel sebanyak 30 UMKM yang memenuhi kriteria tersebut untuk mendapatkan variasi data yang representatif.

2.3. Jenis Data dan alat pengumpulan data

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini terdiri dari:

1. **Data Primer:** Data yang diperoleh langsung dari responden melalui kuesioner, wawancara, dan observasi.
2. **Data Sekunder:** Data yang diperoleh dari dokumen, laporan, dan publikasi terkait penggunaan platform LinkUMKM BRI dan kondisi UMKM di Kecamatan Panumbangan.

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan beberapa alat, yaitu:

1. Kuesioner: Kuesioner akan diberikan kepada pemilik atau pengelola UMKM untuk mengumpulkan data mengenai penggunaan platform LinkUMKM BRI, pemahaman terhadap pemasaran digital, serta tantangan yang dihadapi.
2. Wawancara Mendalam (In-depth Interview): Wawancara akan dilakukan dengan beberapa pemilik UMKM terpilih untuk mendapatkan informasi yang lebih mendalam mengenai pengalaman mereka dalam menggunakan LinkUMKM BRI dan dampaknya terhadap bisnis mereka.
3. Observasi: Observasi langsung akan dilakukan untuk melihat bagaimana UMKM mengelola aktivitas pemasaran digital mereka menggunakan LinkUMKM BRI

2.4. Teknik Analisis Data Kualitatif

Analisis data kualitatif dalam penelitian ini akan dilakukan melalui beberapa tahap sebagai berikut:

1. Reduksi Data: Proses pemilihan, pemusatan perhatian, penyederhanaan, dan transformasi data kasar yang diperoleh dari kuesioner, wawancara, dan observasi. Data yang tidak relevan akan disaring dan dikelompokkan berdasarkan kategori yang relevan.
2. Penyajian Data: Data yang telah direduksi akan disajikan dalam bentuk teks naratif, tabel, atau diagram untuk memudahkan pemahaman dan penarikan kesimpulan. Penyajian data dilakukan secara sistematis untuk menunjukkan pola, tema, atau hubungan yang muncul dari data.

3. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi: Setelah data disajikan, penarikan kesimpulan dilakukan dengan cara mengidentifikasi tema-tema utama yang muncul dari data. Kesimpulan yang diambil akan diverifikasi melalui triangulasi data, yaitu membandingkan data dari berbagai sumber (kuesioner, wawancara, dan observasi) untuk memastikan konsistensi dan keakuratan temuan.

Dengan menggunakan metode penelitian ini, diharapkan dapat diperoleh gambaran yang komprehensif mengenai efektivitas strategi pemasaran digital menggunakan LinkUMKM BRI pada UMKM di Kecamatan Panumbangan, serta faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilannya.

HASIL PENELITIAN

Setelah melakukan pengumpulan data melalui kuesioner, wawancara mendalam, dan observasi pada 30 UMKM di Kecamatan Panumbangan yang menggunakan platform LinkUMKM BRI, berikut adalah temuan utama yang diperoleh:

1. Profil UMKM Responden

- Sebagian besar UMKM yang menjadi responden bergerak di sektor makanan dan minuman (40%), diikuti oleh kerajinan (30%), pakaian (20%), dan jasa (10%).
- Rentang usia UMKM bervariasi dari 1 hingga 15 tahun, dengan mayoritas (60%) beroperasi lebih dari 5 tahun.
- Sebagian besar pemilik UMKM memiliki tingkat pendidikan menengah (SMA/sederajat) dan hanya sebagian kecil yang memiliki pendidikan tinggi.

2. Pemahaman dan Penggunaan LinkUMKM BRI

- Sekitar 70% responden mengetahui keberadaan LinkUMKM BRI melalui program sosialisasi yang dilakukan oleh BRI, sementara sisanya mengetahui dari rekan bisnis atau media sosial.
- 80% UMKM menggunakan fitur dasar seperti pembuatan katalog produk dan transaksi online, namun hanya 40% yang memanfaatkan fitur lanjutan seperti analisis penjualan dan pemasaran.
- Sebagian besar UMKM (75%) merasa cukup puas dengan kemudahan penggunaan platform, namun menginginkan fitur tambahan seperti integrasi dengan media sosial dan pelatihan rutin.

3. Tantangan dalam Penggunaan LinkUMKM BRI

- Kendala teknis, seperti kesulitan dalam mengoperasikan fitur-fitur tertentu (60%), menjadi tantangan utama yang dihadapi oleh UMKM.
- Rendahnya literasi digital menjadi penghambat bagi 50% responden, terutama di kalangan pelaku usaha yang lebih tua.
- Keterbatasan akses internet yang stabil dan cepat juga dilaporkan oleh 30% UMKM sebagai kendala yang menghambat operasional online mereka.

4. Dampak Penggunaan LinkUMKM BRI terhadap Bisnis

- 60% UMKM melaporkan peningkatan penjualan sebesar 10-20% setelah menggunakan LinkUMKM BRI.
- 50% UMKM mengalami peningkatan dalam jumlah pelanggan baru, terutama dari luar daerah.
- UMKM yang memanfaatkan fitur analisis penjualan melaporkan peningkatan efisiensi dalam pengelolaan stok dan perencanaan produksi.

PEMBAHASAN

Penggunaan LinkUMKM BRI telah membuka peluang yang lebih luas bagi UMKM di Kecamatan Panumbangan untuk merambah pasar yang lebih besar, baik di tingkat lokal maupun regional. Dengan adanya platform ini, UMKM dapat memperluas jangkauan pasarnya, yang terlihat dari peningkatan penjualan dan jumlah pelanggan baru. Menurut teori pemasaran digital, platform e-commerce memungkinkan pelaku usaha kecil dan menengah untuk mengakses pasar yang sebelumnya tidak terjangkau, sehingga dapat meningkatkan daya saing mereka (Kotler & Keller, 2016). Hal ini menegaskan bahwa LinkUMKM BRI efektif dalam membantu UMKM memperluas jangkauan pasar mereka.

Meskipun LinkUMKM BRI menawarkan berbagai fitur yang bermanfaat, kendala teknis dan rendahnya literasi digital masih menjadi hambatan signifikan. Banyak pelaku UMKM yang memerlukan pelatihan tambahan untuk memanfaatkan semua fitur yang tersedia dengan optimal. Berdasarkan teori adopsi teknologi, keberhasilan adopsi teknologi baru sangat bergantung pada kemampuan pengguna untuk memahami dan menggunakan teknologi tersebut secara efektif (Rogers, 2003). Oleh karena itu, program pelatihan berkelanjutan yang difasilitasi oleh BRI atau lembaga terkait dapat menjadi solusi untuk mengatasi masalah ini.

Selain itu, keterbatasan akses internet yang stabil dan cepat di beberapa area Kecamatan Panumbangan juga menjadi kendala dalam optimalisasi penggunaan platform digital. Menurut teori kesenjangan digital, akses yang tidak merata terhadap teknologi informasi dan komunikasi dapat memperlebar kesenjangan ekonomi dan sosial (van Dijk, 2005). Ini menunjukkan perlunya peningkatan infrastruktur internet di daerah tersebut agar UMKM dapat beroperasi secara lebih efektif dan efisien.

Responden juga menyarankan beberapa fitur tambahan yang dapat meningkatkan efektivitas LinkUMKM BRI, seperti integrasi dengan media sosial untuk pemasaran yang lebih luas dan pelatihan rutin untuk meningkatkan literasi digital. Teori inovasi berpusat pada pengguna menyatakan bahwa inovasi yang efektif harus mempertimbangkan umpan balik dan kebutuhan pengguna (von Hippel, 2005). Ini menunjukkan bahwa platform perlu terus dikembangkan dan disesuaikan dengan kebutuhan pengguna untuk memastikan relevansinya.

Secara keseluruhan, penerapan LinkUMKM BRI di Kecamatan Panumbangan menunjukkan potensi besar dalam membantu UMKM memperluas pasar mereka dan meningkatkan daya saing. Namun, untuk mencapai potensi penuh, perlu adanya perhatian terhadap hambatan teknis dan infrastruktur serta peningkatan literasi digital di kalangan pelaku UMKM. Dengan mengatasi tantangan-tantangan ini, LinkUMKM BRI dapat menjadi alat yang lebih efektif dalam mendukung perkembangan UMKM di daerah tersebut, mendorong pertumbuhan ekonomi lokal, dan mengurangi kesenjangan digital yang ada.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan LinkUMKM BRI memiliki dampak positif signifikan terhadap pemasaran dan penjualan UMKM di Kecamatan Panumbangan, dengan UMKM yang memanfaatkan platform ini mengalami peningkatan jangkauan pasar dan jumlah pelanggan baru, yang berkontribusi pada peningkatan pendapatan mereka. Namun, beberapa kendala perlu diatasi untuk memaksimalkan manfaat platform ini. Kendala teknis, termasuk kesulitan dalam mengoperasikan dan memanfaatkan semua fitur LinkUMKM BRI, serta literasi digital yang rendah di kalangan pelaku UMKM, menghambat penggunaan efektif teknologi ini. Untuk mengatasi masalah ini, diperlukan program pelatihan berkelanjutan yang difasilitasi oleh BRI atau lembaga terkait untuk meningkatkan keterampilan digital para pelaku UMKM. Selain itu, keterbatasan akses internet yang stabil dan cepat di beberapa area Kecamatan Panumbangan menghambat optimalisasi penggunaan platform digital ini, menunjukkan perlunya peningkatan infrastruktur internet di daerah tersebut agar UMKM dapat beroperasi lebih efektif dan efisien. Dengan mengatasi kendala-kendala ini melalui

peningkatan pelatihan, dukungan teknis, dan pengembangan fitur tambahan, LinkUMKM BRI memiliki potensi untuk menjadi alat yang lebih efektif dalam mendukung pertumbuhan UMKM di Indonesia. Fitur tambahan yang diusulkan oleh responden, seperti integrasi dengan media sosial dan pelatihan rutin untuk meningkatkan literasi digital, dapat lebih lanjut meningkatkan efektivitas platform ini, sehingga LinkUMKM BRI tidak hanya membantu UMKM di Kecamatan Panumbangan tetapi juga berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi yang lebih luas di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Anonim. (2023). BRI Perkenalkan Platform LinkUMKM untuk Dukung Digitalisasi UKM [Press Release]. Bank Rakyat Indonesia. <https://www.bri.co.id/berita/bri-perkenalkan-platform-linkumkm-untuk-dukung-digitalisasi-ukm>
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Ciamis. (2022). Kabupaten Ciamis dalam Angka 2022. Badan Pusat Statistik.
- Indonesia. (2008). Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2008 Nomor 285.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management (15th ed.). Pearson.
- Rogers, E. M. (2003). Diffusion of Innovations (5th ed.). Free Press.
- Rudianto, A. (2022). Analisis Peningkatan Penjualan Melalui Pemanfaatan Platform LinkUMKM BRI: Studi Kasus UMKM di Kecamatan Panumbangan. Tesis Sarjana tidak diterbitkan, Universitas ABC.
- Van Dijk, J. A. G. M. (2005). The Deepening Divide: Inequality in the Information Society. SAGE Publications.
- Von Hippel, E. (2005). Democratizing Innovation. MIT Press.