

Strategi Pemasaran Online Bakso Six One 77

Abd. Mutalib¹ dan Rusni Fitri Y. Rusman²

¹Tim Pemasaran Maiwa Breeding Centre (MBC), Universitas Hasanuddin

²Program Studi Peternakan, Fakultas Pertanian, Peternakan dan Kehutanan
Universitas Muslim Maros

ABSTRACT

This study aims to see online marketing strategy is applied by Maiwa Breeding Centre (MBC) as one of the business units at the Faculty of Animal Husbandry, Hasanuddin University in marketing its meatball product. Six One 77 meatball is one of MBC's flagship products where sales coverage has spread to all regions in South Sulawesi. Online marketing strategy is one way to expand the marketing reach of this product. The results of this study reveal that online marketing strategy used by MBC marketing team is social media. The social media where the marketing team conducts online sales are Facebook, Instagram, and Whatsapp. These three social media platforms contributed significantly to increase in sales of Six One 77 meatball at MBC.

Keywords: *Strategy, Marketing, Online, Social Media, Meatball*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana strategi pemasaran online yang dijalankan oleh Maiwa Breeding Centre (MBC) sebagai salah satu unit bisnis di Fakultas Peternakan Universitas Hasanuddin dalam memasarkan produk baksonya. Bakso Six One 77 merupakan salah satu produk unggulan MBC dimana cakupan penjualannya telah menyebar ke seluruh wilayah di Sulawesi Selatan. Strategi pemasaran online merupakan salah satu cara dalam memperluas jangkauan pemasaran produk ini. Hasil dari penelitian ini mengungkapkan bahwa strategi pemasaran online yang digunakan tim pemasaran MBC yaitu menggunakan media social. Media social yang menjadi tempat tim pemasaran melakukan penjualan online yaitu Facebook, Instagram dan Whatsapp. Ketiga platform media social ini memberikan kontribusi signifikan terhadap peningkatan penjualan Bakso SixOne77 di MBC.

Kata Kunci: *Strategi, Pemasaran, Online, Media Sosial, Bakso*

PENDAHULUAN

Teknologi digital berperan membentuk berbagai perubahan besar terhadap dunia, lahirnya berbagai macam produk teknologi baru khususnya internet. Internet merupakan alat komunikasi yang banyak diminati oleh masyarakat. Hal ini pula yang melatarbelakangi perubahan komunikasi konvensional menjadi online dan serba digital. Hermawan Kartajaya (2009) menyatakan bahwa internet adalah solusi efektif menarik dan memperkuat komunikasi customer. Hal ini didasari

oleh banyaknya pengguna internet yang akan terus berkembang dari waktu ke waktu ditambah lagi akses tanpa batas yang ditawarkan melalui alat-alat yang sebagian besar dimiliki oleh masyarakat. Saat ini akses internet tidak hanya dapat diakses melalui computer namun juga dapat melalui handphone, sehingga netizen (sebutan untuk pengguna internet) jumlahnya semakin banyak.

Internet telah menciptakan sebuah dunia ekonomi baru yang menimbulkan dampak pada beberapa aspek kehidupan, tidak terkecuali

perkembangan dunia bisnis dan pemasaran. Jangkauan internet yang luas sudah banyak dimanfaatkan orang sebagai media pemasaran dan bisnis. Hal ini membuat praktik bisnis melalui internet mempunyai banyak keuntungan baik bagi perseorangan, perusahaan ataupun konsumen.

Banyak unit bisnis yang kini mulai berfokus pada strategi pemasaran yang memanfaatkan internet, salah satunya adalah bakso. Bakso adalah jenis makanan yang terbuat dari olahan daging dan tepung berbentuk bulat dan umumnya ditemukan pada masakan Indonesia. Bakso sangat diminati oleh seluruh lapisan masyarakat dari kalangan bawah, menengah hingga atas. Di Indonesia makanan ini dapat ditemui dimana saja, mulai dari gerobak pedagang kaki lima hingga restoran mahal. Banyaknya pengusaha bakso yang beroperasi tentu membuat persaingan diantara para pengusaha bakso semakin tinggi. Persaingan yang tinggi mengharuskan para pengusaha bakso semakin kreatif mengembangkan ide untuk menarik minat beli konsumen. Salah satunya dengan memberikan promosi penjualan melalui internet. Pemasaran online secara simultan mempengaruhi pemrosesan informasi periklanan bagi pengguna internet. Proses pemasaran melalui online ini mempengaruhi keputusan pembelian (Wandayana, 2012)

Penjualan melalui internet dengan memanfaatkan teknologi media social merupakan salah satu cara untuk meningkatkan penjualan produk bakso SixOne77 sehingga *online marketing* ini merupakan salah satu hal yang penting dalam pengembangan unit usaha MBC kedepan. Penelitian ini mengenai bertujuan strategi promosi online Bakso SixOne77 adalah untuk melihat dan mengetahui bagaimana strategi promosi online bakso SixOne77 yang diterapkan oleh Maiwa Breeding Center

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan selama dua bulan mulai dari Januari hingga Februari 2020 di Unit Pemasaran dan Keuangan Maiwa Breeding Center (MBC) Jl. Perintis Kemerdekaan, Kota Makassar. Pemilihan lokasi penelitian karena merupakan unit pemasaran baru dalam penjualan produk jenis Bakso di Unhas serta lokasi yang mudah dijangkau

Penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif dengan menggambarkan bagaimana sistem pemasaran Bakso SixOne77 dengan menggunakan sistem promosi online. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh tim pemasaran Bakso SixOne77 sedangkan teknik pengambilan sampel menggunakan teknik sampel jenuh yaitu mengambil seluruh anggota populasi sebagai sampel yaitu tim pemasaran bakso SixOne77 karena jumlah populasi kurang dari 30 orang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pemasaran Online

Setiap unit bisnis harus memilih sistem pemasaran yang tepat. Pemilihan sistem pemasaran yang tidak tepat akan menyebabkan pengeluaran bertambah, sehingga dapat menimbulkan kerugian. Perusahaan harus memakai sistem pemasaran yang efektif dan efisien. Efektif berarti cukup jitu menjangkau target pasar, efisien berarti nilai pendapatan jauh lebih besar dibanding biaya pemasaran.

Tim pemasaran bakso SixOne77 Lebih mengandalkan sistem pemasaran online karena dianggap lebih efektif untuk menjangkau pasar yang lebih luas, contoh di sosial media seperti facebook, Instagram dan whatsapp hampir semua kalangan menggunakan sosial media tersebut sebagai tempat berkomunikasi setiap hari.

Tim pemasaran bakso SixOne77 lebih memilih sistem pemasaran online untuk menarik konsumen. Menurut Setiawati & Widyarti (2017), pemasaran merupakan aktivitas yang berkaitan dengan penjualan, pengiklanan, promosi serta penentuan harga. Strategi pemasaran online merupakan segala usaha yang dilakukan untuk melakukan pemasaran suatu produk atau jasa menggunakan media online yaitu media internet.

Tim pemasaran bakso SixOne 77 seperti yang di jelaskan di paragraf sebelumnya lebih mengandalkan sosial media seperti facebook, Instagram dan whatsapp sebagai tempat mempromosikan produk bakso SixOne77. Dalam memanfaatkan beberapa sosial media tersebut agar promosi produk bakso SixOne77 lebih gampang di lihat atau di perhatikan oleh target pasar, tim marketing memanfaatkan pelayanan yang di sediakan oleh sosial media tersebut yaitu Sosial ADS (Iklan prabayar).

Tim marketing memanfaatkan Sosial ADS (iklan prabayar) agar mendapatkan beberapa ke untungan yaitu:

- 1) Pemasangan iklan lebih cepat
Tim marketing disini sangat diuntungkan karna bisa berpengaruh pada trafik atau kunjungan untuk melihat promosi yang di pasang, bahkan sangat mungkin berpengaruh pada penjualan.
- 2) Iklan Promosi bisa dilihat lebih banyak orang
Tim marketing akan lebih di proritaskan untuk di tempatkan pada halaman-halaman strategis yang di akses oleh banyak orang. Dengan begitu maka jangkauan pemasaran pun akan semakain luas.
- 3) Kesan Profesional dan Positif terhadap sistem pemasaran Bakso SixOne77

Dengan menggunakan iklan prabayar Tim marketing bakso SixOne77 otomatis akan di anggap lebih professional dan dipandang positif di

mata pengguna internet atau calon konsumen. Karna biasanya akun usaha yang di iklan di iklan prabayar memiliki basic uaha yang jelas dan professional selain itu akun usaha tersebut juga jauh dari kesan penipuan.

Pemasaran Online di Sosial Media

Dalam sistem pemasaran online tim marketing bakso SixOne77 mengandalkan beberapa sosial media yang banyak di gunakan oleh masyarakat, agar promosi yang di lakukan bisa menjangkau semua kalangan masyarat. Sosial media yang di gunakan tim marketing yaiu:

1) Facebook

Fecebook merupakan sosial media yang saat ini pengikutnya paling banyak di antara sosial media yang lain, maka dari itu tim marketing memilih facebook sebagai salah satu tempat untuk mempromosikan produk bakso SixOne77. Di facebook tim marketing memanfaatkan beberapa layanan yang di tawarkan oleh pihak facebook di antaranya ialah facebook prabayar. Dengan Facebook prabayar tim marketing mendapatkan beberapa keuntungan yang sangat membantu memasarkan produk Bakso SixOne77 yaitu :

- Tim di fasilitasi target pemasaran yang benar
- Tim di fasilitasi ke daerah atau wilayah target pemasarn
- Meningkatkan brand awareness
- Budget dapat dapat di sesuaikan
- Bisa menggunakan gambar ataupun video

Facebook Bakso SixOne77 Maiwa breedeng (MBC) center yang di kelolah oleh admin dalam sekali posting facebook MBC bisa menjangkau sebanyak 900 pengguna facebook yang di dalamnya ada berbagai macam kalangan mulai dari kalangan menengah kebawah sampai kalangan menengah ke atas.

Untuk mengetahui lebih jelas tentang produk-produk MBC calon

konsumen bisa kunjungi halaman facebook MBC <https://www.facebook.com/showroom.mbc.1>.

2) Instagram

Instagram merupakan salah satu platform digital yang memudahkan para pelaku usaha dalam memasarkan produknya di karenakan pengguna Instagram memiliki intensitas yang tinggi. Dan hampir semua kalangan menggunakan aplikasi Instagram sebagai tempat komunikasi, Oleh karena itu tim marketing juga memilih Instagram sebagai tempat promosi produk Bakso SixOne77. Tim marketing sendiri memanfaatkan beberapa fitur yang di sediakan oleh Instagram guna menjangkau pengguna Instagram lainnya. Fitur yang di dimanfaatkan ialah Instastory dan live (siarung langsung) sebagai tempat promosi produk SixOne77. Tim marketing juga memanfaatkan beberapa teman Instagram yang followersnya di anggap banyak untuk membantu memasarkan produk bakso SixOne77. Salah satunya dengan menggunakan selebgram wanita asal Sulawesi-selatan Anggu Batary yang memiliki followers sebanyak 159 ribu pernah membantu memasarkan produk bakso SixOne77 melalui instastory instagramnya.

Seperti Facebook, tim marketing juga memanfaatkan pelayanan prabayar yang di tawarkan oleh Instagram yang dinamakan Instagram bisnis. Tim marketing Bisa mendapatkan beberapa keuntungan dalam memasarkan produk bakso SixOne77 di Instagram yaitu promosi menjadi lebih mudah, praktis dengan wawasan, jangkauan lebih luas serta danya informasi kategori bisnis. Hal ini sesuai dengan penelitian Putri (2016) yang menggunakan instagram untuk memperkenalkan produk perusahaan FULLUS *fashion* kepada *followers* yang mereka miliki di Instagram

Akun Instagram yang di miliki bakso SixOne77 juga di kelolah oleh admin tertentu, jangkauan Instagram

dalam mempromosikan bakso SixOne77 bisa mencapai 500 pengguna Instagram, khusus di akun Instagram tim marketing lebih menargetkan ke anak-anak muda atau mahasiswa. Karna anak muda atau mahasiswa sekarang lebih banyak menggunakan Instagram. Calon konsumen juga dapat melihat produk lengkap bakso SixOne77 yang di tawarkan dengan alamat Instagram https://instagram.com/mbc_official20?igshid=v5amb5y9rvw9

3) Whatsapp

Di dalam sistem pemasaran bakso SixOne77 whatsapp disini di gunakan sebagai tempat berkomunikasi dengan pelanggan untuk menawarkan Kembali produk bakso SixOne77 dengan konsumen. Dalam menggunakan whatsapp tim marketing dapat menjangkau banyak konsumen yang menggunakan aplikasi whatsapp sebagai media komunikasi setiap hari. dilihat dari data konsumen whatsapp bisa menjangkau 90% dari jumlah konsumen. Tim marketing juga memanfaatkan layanan yang ada di whatsapp seperti whatsapp bisnis untuk memudahkan berkomunikasi dengan pelanggan. Adanya fitur balas otomatis seperti *away message*, *greeting message*, dan *quick message* akan sangat membantu membantu balas pesan dengan pelanggan.

System transaksi tim pemasaran dan konsumen juga dilakukan di whatsapp yang kemudian memberikan kemudahan kepada konsumen yaitu bisa dilakukan dengan transfer atau COD (*Cash on Delivery*). Penggunaan strategi bisnis online ini memberikan peluang bagi tim marketing Bakso SixOne77 untuk mendapatkan banyak konsumen. Hal ini sesuai dengan pernyataan Serfiani dkk (2013) bahwa *online business* dapat diartikan sebagai pertukaran barang atau jasa melalui internet atau media elektronik lainnya yang meliputi komunikasi, transaksi dan penyelesaian mekanisme pembayaran.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah di uraikan maka dapat di Tarik kesimpulan bahwa MBC melalui tim pemasarannya menggunakan tiga media social platform yaitu facebook, Instagram dan whatsapp. Dimana ketiga aplikasi media social tersebut memberikan keuntungan masing-masing dengan menyumbang pada peningkatan penjualan produk Bakso SixOne77.

DAFTAR PUSTAKA

- Kartajaya, H. (2009). *New Wave Marketing, The World is Still Round The Market is Already Flat*. Gramedia. Indonesia.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing management (14th ed.)*. New Jersey, US: Pearson Education, Inc. Lamb
- Kotler, P. (2003). *Manajemen Pemasaran*. Edisi kesebelas, Jakarta: Indeks kelompok Gramedia.
- Putri, N. A. (2016). *Desain Strategi Pemasaran Online pada FULLUS Fashion melalui Evaluai Benchmarking*. *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, Vol.1 No.1.
- Serfiani, C. Y., Purnomo, S. D., & Hariyani, I. (2013). *Buku Pintar Bisnis Online dan Transaksi Elektronik*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Setiawati, I., Widyartati, P. (2017). *Pengaruh Strategi Pemasaran Online Terhadap Peningkatan Laba UMKM*. *Proceedings ; Strategi Pengembangan Sumber Daya Manusia Melalui Publikasi Jurnal ilmiah dalam Menyikapi PERMENRISTEK DIKTI No.20 Tahun 2017*. STIE Dharmaputra Semarang.
- Wandayana, A.B. (2012). *Pengaruh Pemasaran Online terhadap Keputusan Pembelian Produk*. *Creative Communication and Innovative Technology Journal*, Vol.5 No.2 .