



Pengaruh Penggunaan Digital Marketing System, Terhadap Kekuatan Daya saing Hasil Penjualan Susu Kambing

Saifudin Yusuf⁽¹⁾, Bela Deni Rahayu Ningsih⁽²⁾, Mochammad Syifaul Qolbi⁽³⁾

¹ Dosen Universitas Nahdlatul Ulama Blitar, Indonesia

^{2,3} Mahasiswa Universitas Nahdlatul Ulama Blitar, Indonesia

Email: ¹saifudinyusuf72@gmail.com, ²Rahayubela568@gmail.com

³Djarum399@gmail.com

Informasi artikel	ABSTRACT
Sejarah artikel: Diterima : 15 April 2021 Revisi : 20 April 2021 Dipublikasikan: 30 April 2021	In this research, the researcher wanted to know the influence of sales of goat milk Etawa using Digital Marketing System (Digital Sales system) and know the difference of conventional sales with Digital Marketing System. Easness Aspect of knowing the product, the content of Product, Benefits of product, and accelerate service process to consumer, Became one of the reasons Digital Marketing System used against Etawa Goat's milk sales. So it needs to be done experiment, to know the whole level of sales influence and competitiveness of Etawa Goat Milk Sales using Digital Marketing System and doing Comparison to sales using conventional system. The research method used is descriptive qualitative research method. The results showed, Digital Marketing System has a very high influence on sales of goat milk Etawa, compared using conventional system. One of them, on the marketing process, convenience and ease of consumers obtain product information, until the transaction process.
Kata kunci: Digital Marketing System; Competitive Strength; Milk Sales Results	
	ABSTRAK
Keyword: Digital Marketing System; Kekuatan Daya saing; Hasil Penjualan Susu	Dalam penelitian ini, peneliti ingin mengetahui pengaruh penjualan susu kambing etawa menggunakan Digital Marketing System (Sistem Pejualan Digital) serta mengetahui perbedaan penjualan konvensional dengan Digital Marketing System. Aspek kemudahan mengetahui produk, Kandungan Produk, manfaat produk, dan mempercepat proses pelayanan terhadap konsumen, menjadi salah satu alasannya Digital Marketing System digunakan terhadap penjualan Susu Kambing Etawa. Sehingga perlu dilakukan eksperimen, untuk mengetahui secara utuh tingkat Pengaruh penjualan serta Daya Saing Penjualan Susu Kambing Etawa menggunakan Digital Marketing System dan melakukan Perbandingan terhadap penjualan yang menggunakan system konvensional. Adapun Metode penelitian yang digunakan ialah metode penelitian diskriptif kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan, Digital Marketing System memiliki pengaruh yang sangat tinggi terhadap penjualan susu kambing etawa, dibandingkan menggunakan system konvensional. Salah satunya, pada proses pemasaran, kenyamanan dan kemudahan konsumen memperoleh informasi produk, hingga proses transaksi.
Pendahuluan Era digital yang terjadi saat ini, menuntut manusia Indonesia, lebih peka terhadap perkembangan informasi yang ada. Sehingga, apabila mengabaikan era tersebut, manusia Indonesia akan tertinggal dengan sendirinya. Era digital digunakan, tidak hanya sekedar sebagai alat untuk	melihat informasi yang berkembang. Lebih dari pada itu, era digital juga mampu memberikan manfaat kepada manusia Indonesia. Khususnya dalam sector pemasaran Apalagi jumlah pengguna internet di Indonesia, peringkat ke 6 di dunia sebagai pengguna internet. Menurut lembaga riset pasar e- Marketer, populasi

netter Tanah Air mencapai 83,7 juta orang pada 2014.

Pada 2017, e-Marketer memperkirakan netter Indonesia bakal mencapai 112 juta orang, mengalahkan Jepang di peringkat ke-5 yang pertumbuhan jumlah pengguna internetnya lebih lambat. Proyeksi pengguna internet dunia dari tahun-ketahun, diprediksi akan terus meningkat. Pada tahun 2015 kemaren, diprediksi sudah mencapai 3 miliar. Sementara pada tahun 2018 mendatang, diperkirakan akan mencapai 3,6 miliar pengguna internet.

Jumlah pengguna internet ini di Indonesia maupun dunia ini menantang pemilik bisnis apapun, untuk bisa memanfaatkan layanan internet. Termasuk dalam penjualan susu kambing etawa. System marketing konvensional yang selama ini masih digunakan oleh sebagian pemilik bisnis, belum sepenuhnya memberikan pelayanan tercepat terhadap konsumen.

Ada beberapa kelemahan yang terjadi saat transaksi menggunakan System marketing konvensional. Salah satunya, untuk mengukur kualitas barang yang akan dijual, masih membutuhkan waktu. Misalnya, mempertemukan antara penjual dan konsumen yang akan membeli barang kita.

Sebaliknya, menggunakan system digital marketing akan lebih mudah, cepat dan ter-ukur untuk mengetahui produk yang akan dijual. Termasuk, kualitas produk dan kenyamanan pembeli produk.

Kebutuhan dan Mamfaat Susu Kambing Etawa

Sekalipun produk-produk susu, sudah menyebar di sejumlah toko, dengan berbagai kemasan-kemasan yang berbeda-beda.

Khususnya, susu sapi. Kecenderungan masyarakat, akan susu kambing etawa, yang diproduksi langsung dari pusat pemeliharaan kambing etawa, masih cukup tinggi. Khususnya di Kabupaten Jawa Timur.

Konsumen rupanya lebih tertarik membeli produk susu kambing di lokasi pemeliharaan, dibandingkan dengan produk susu kambing, yang sudah berbentuk kemasan dan berada di toko ataupun

swalayan, yang dikuatirkan sudah dicampur, beberapa bahan lainnya.

Susu kambing etawa, juga memiliki ragam mamfaat yang cukup banyak. Bahkan, pasokan susu kambing etawa menepati 2% dari seluruh susu konsumsi didunia. Manfaat mengkonsumsi susu kambing etawa, diantaranya, susu kambing etawa salah satunya, Anti Inflamasi Alami, susu kambing etawa memiliki peran penting dalam fungsinya sebagai anti inflamasi yang sifatnya alami, oleh karenanya lebih aman dikonsumsi oleh penderita radang usus ini tidak terdapat pada susu sapi.

Selanjutnya, Ramah Lingkungan, kambing dibudidaya dengan area yang sedikit dan cenderung lebih bersih, anda bisa memelihara 6 ekor kambing sedang tempatnya hanya muat untuk 2 ekor sapi.

Susu kambing etawa, Sebagai agen metabolik dalam tubuh, susu kambing etawa berperan dalam meningkatkan zat besi dalam tubuh, serta sebagai penambah suplemen enzim pencernaan.

Susu Kambing Etawa adalah susu dengan kandungan didalamnya hampir sama dengan ASI, lebih mudah dicerna dan berasimilasi dengan tubuh manusia. Susu Kambing Etawa lebih rendah lemak, untuk anda yang ingin menurunkan berat badan namun tetap ingin mengkonsumsi susu, maka susu kambing adalah pilihan yang bagus, karena susu kambing sangat rendah lemak, kaya akan protein dan asam amino esensial.

Adapun Asam Lemak yang tinggi sekitar 30, dibanding dengan susu sapi yang hanya 17 membuat susu kambing lebih sehat untuk dikonsumsi. Bahkan para penderita alergi susu akan merasa sangat suka mengkonsumsi susu kambing karena justru melakukan terapi pada alerginya.

Susu Kambing Etawa kaya akan kalsium, kebanyakan orang minum susu sapi dengan tujuan untuk memperoleh kalsium untuk mencegah tulang keropos, padahal dalam susu kambing justru kalsiumnya lebih tinggi. Susu kambing etawa juga Anti Mocosual, susu kambing lebih rendah lemak sehingga tidak

menimbulkan lendir dalam tubuh seperti pada susu sapi.

Gizi tambahan dalam susu kambing lebih banyak, dalam pengobatan naturopathic, susu kambing etawa memiliki natrium bioorganik. Sangat baik untuk vitalitas. Natrium bioorganik sangat penting dalam menjaga kelenturan persendian tulang. Susu Kambing Etawa juga sudah secara tradisional digunakan untuk penyembuhan berbagai gangguan syaraf. Dalam 1 cangkir susu kambing etawa murni memenuhi 35% kebutuhan kalsium dalam sehari.

Mengandung riboflavin, kalium, kalsium, vitamin b12, yang sangat bagus untuk pemulihan kondisi tubuh menjadi vit 100 %. Apalagi, Susu Kambing Tidak Mengandung racun seperti susu sapi pada umumnya. Yang terpenting lagi susu kambing etawa berfungsi untuk meningkatkan kekebalan tubuh yang sulit dibangun dengan susu sapi.

Metode

Penelitian dilakukan dalam rangka untuk mengetahui pengaruh pemasaran menggunakan digital marketing system, terhadap daya saing penjualan susu kambing etawa. Penelitian ini dilakukan terhadap Paguyuban Peternak Kambing Dan Domba Kado Sejahtera, yang berkantor pusat di Dusun Kramat, Desa Panglegur, Kecamatan Wlingi, Kabupaten Jawa Timur.

Paguyuban Peternak Kambing Dan Domba Kado Sejahtera, memiliki beberapa anggota yang tersebar di beberapa desa di Kecamatan Wlingi. Masing-masing Desa Gugul, Desa Branta, Desa Larangan Tokol, Dan Desa Panglegur.

seluruh anggota memiliki kewenangan untuk melakukan pemeliharaan kambing Etawa, secara mandiri Namun, hasil perah susu kambing tersebut, disatukan di kantor pusat Paguyuban Peternak Kambing Dan Domba Kado Sejahtera yang terletak Dusun Kramat, Desa Panglegur, Kecamatan Wlingi, Kabupaten Blitar, Jawa Timur.

Tugas Paguyuban Peternak Kambing Dan Domba Kado Sejahtera, melakukan pendampingan dan pembinaan

terhadap beberapa anggota yang tergabung dalam Paguyuban, selama dua minggu sekali.

Penelitian ini melakukan pendekatan Penelitian Diskriptif Kualitatif komperatif. Melalui pendekatan ini diharapkan mampu mengetahui secara utuh tingkat pengaruh, dengan beberapa pertimbangan. *Pertama*, menyesuaikan metode kualitatif lebih mudah apabila berhadapan dengan kenyataan ganda. *Kedua*, metode ini menyajikan secara langsung hakikat hubungan antar peneliti dan informan. *Ketiga*, metode ini lebih peka dan dapat menyesuaikan diri dengan setting penelitian dan mampu melakukan penajaman terhadap pola-pola nilai yang dihadapi.

Penelitian deskriptif kualitatif yaitu data yang dikumpulkan berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka. Dengan demikian, laporan penelitian akan berisi kutipan-kutipan data untuk memberi gambaran penyajian laporan tersebut. Data tersebut berasal dari wawancara, catatan lapangan, foto, dokumen pribadi, catatan atau memo dan dokumen resmi lainnya. Penelitian kualitatif menekankan pada proses kerja dan seluruh fenomena yang dihadapi, diterjemahkan dalam kegiatan sehari-hari.

Hasil dan pembahasan

Dalam pembahasan ini peneliti mengkaji hasil penelitian lapangan yang sudah dilakukan untuk mengetahui Pengaruh Digital Marketing System, Terhadap Daya Saing Penjualan Susu Kambing Etawa.

Hasil penelitiannya, Digital Marketing System sangat membantu pemasaran susu kambing etawa, yang dikelola Paguyuban Peternak Kambing Dan Domba Kado Sejahtera, yang berkantor pusat di Dusun Kramat, Desa Panglegur, Kecamatan Wlingi, Kabupaten Jawa Timur, Selama ini Paguyuban Peternak Kambing Dan Domba Kado Sejahtera, untuk menjual susu kambing etawa, masih menggunakan cara sederhana kepada konsumen. Yakni, dengan cara memberikan informasi kepada masyarakat melalui lisan. disetiap pertemuan yang

diselenggarakan oleh kelompok tani, maupun kegiatan keagamaan yang melibatkan masyarakat banyak, bahwa Paguyuban Peternak Kambing Dan Domba Kado Sejahtera, menyediakan susu kambing etawa murni.

Selain itu, Paguyuban Peternak Kambing Dan Domba Kado Sejahtera, menitipkan susu kambing etawa yang sudah berbentuk kemasan botol air mineral, terhadap anggota yang memiliki toko ataupun warung.

Peneliti menganggap, system pemasaran sangat tradisional ini kurang maksimal terhadap penjualan susu kambing etawa. Sehingga, diperlukan terobosan-terobosan baru untuk mendorong penjualan susu kambing etawa.

Digital marketing system, sangat relevan apabila diterapkan oleh Paguyuban Peternak Kambing Dan Domba Kado Sejahtera, dalam hal pemasaran susu kambing etawa. mengingat tingginya animo masyarakat terhadap kebutuhan internet dan semakin mudahnya masyarakat mendapatkan smart phone. Sehingga, bisnis susu kambing etawa ini sangat berpeluang, dipasarkan melalui digital marketing system.

Berdasarkan hasil keterangan dari pengelola Paguyuban Peternak Kambing Dan Domba Kado Sejahtera, jumlah kambing etawa yang di pelihara, sebanyak 30 ekor kambing etawa. Setiap hari, paguyuban peternak kambing ini, berhasil memproduksi susu kambing sebanyak 2 liter susu/ ekor.

Asumsinya, jika setiap hari mampu memproduksi 2 liter susu/ekor, maka produksi susu kambing etawa, Per-hari mencapai 60 liter susu. Sehingga, Perbulan jika tidak menemui kendala dalam proses pemeliharaanya (Misalnya, sakit, gagal menjadi indukan dan factor lainnya), maka mampu menghasilkan 1.800 liter susu. Berarti, selama satu tahun, berhasil menghasilkan 21.600 liter susu kambing etawa.

Skenario Penjualan Susu Menggunakan Digital Marketing

Peneliti mengarahkan penelitian ini terhadap arah pemasaran susu Kambing etawa, yang dikelola Paguyuban Peternak Kambing Dan Domba Kado Sejahtera

menggunakan digital marketing (Pemasaran Digital).

Pemasaran digital itu ialah menggunakan fasilitas internet. Hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jaringan Internet Indonesia (APJII), Survei yang dilakukan sepanjang 2019 itu menemukan bahwa 132,7 juta orang Indonesia telah terhubung ke internet. Adapun total penduduk Indonesia sendiri sebanyak 256,2 juta orang. ada kenaikan 51,8 persen dibandingkan jumlah pengguna internet pada 2014 lalu.

Survei yang dilakukan APJII pada 2014 hanya ada 88 juta pengguna internet. Data survei juga mengungkap bahwa rata-rata pengakses internet di Indonesia menggunakan perangkat genggam. Statistiknya, 67,2 juta orang atau 50,7 persen mengakses melalui perangkat genggam dan komputer. 63,1 juta orang atau 47,6 persen mengakses dari *smartphone* dan 2,2 juta orang atau 1,7 persen mengakses hanya dari komputer.

Ada beberapa tahapan yang akan dilakukan dalam proses digital marketing susu kambing etawa. diantaranya, membuat website resmi khusus Pemasaran susu Kambing etawa, yang dibawah kendali Paguyuban Peternak Kambing Dan Domba Kado Sejahtera.

Webset tersebut, secara otomatis berjejaring dengan akun facebook, twitter, plurk, dan jejaring sosial lainnya, yang dikelola paguyuban. Dengan demikian, promoso susu akan terkoniksi secara otomatis. dalam webset tersebut, juga tersedia fitur-fitur menarik, yang tujuanya untuk mempermudah pelayanan pemesanan susu. Misalnya, Fitur Jenis Pengemasan Produk, informasi harga, informasi kualitas produk, fitur jenis transaksi dan pengiriman produk, termasuk konsultasi khasiat produk.

Dengan demikian konsumen leluasa bisa mengetahui secara utuh, produk yang akan diperjualbelikan, sebelum barang diterima oleh konsumen.

Berikut tabel yang menjelaskan hasil pemasaran jenis botol 600 ml dan botol 1,5 l.

Tabel 4
Hasil Pemasaran jenis Botol 600 Mililiter (Ml)

No	Jangka Waktu	Pemasaran Konvensional	Nominal	Digital Marketing	Nominal
01	1 Hari	5 Botol	Rp. 90.000	10 botol	Rp. 180.000
02	1 Minggu	35 botol	Rp. 630.000	70 botol	Rp. 1.260.000
03	1 Bulan	150 botol	Rp. 2.700.000	300 botol	Rp. 5.400.000,-
04	3 Bulan	450 botol	Rp. 8.100.000	900 botol	Rp. 16.200.000,-
05	6 Bulan	900 botol	Rp. 16.200.000	1.800 botol	Rp. 32.400.000,-
06	1 tahun	9.000 botol	Rp.162.000.000	18.000 botol	Rp.324.000.000,-

Keterangan : Porsentase Penjualan Antara Konvensional Dan Digital Marketing Mencapai 50%.

Berikut Tabel 5

Hasil Pemasaran jenis Botol 1,5 Liter (L)

No	Jangka Waktu	Pemasaran Konvensional	Nominal	Digital Marketing	Nominal
01	1 Hari	2 Botol	Rp. 90.000	5 botol	Rp. 225.000
02	1 Minggu	14 Botol	Rp. 630.000	35 botol	Rp. 1.575.000
03	1 Bulan	60 Botol	Rp. 2.700	150 botol	Rp. 6.750.000
04	3 bulan	180 Botol	Rp. 8.100	450 botol	Rp.20.250.000
05	6 bulan	360 Botol	Rp.16.200.000	900 botol	Rp.40.500.000
06	1 tahun	720 Botol	Rp.32.400.000	1.800 botol	Rp.81.000.000

Simpulan

Dari paparan diatas bisa dilihat, tingginya pengaruh digital marketing digital marketing kini merupakan strategi pemasaran yang lebih prospektif karena para calon pelanggan potensial mulai membeli produk melalui internet. Setiap perusahaan baik besar atau kecil akan merasakan manfaat dari strategi digital marketing ini.

Dimana pemanfaatan teknologi, dunia maya tidak lagi hanya menghubungkan orang dengan perangkat sebagai sumber informasi namun orang dengan orang lain di seluruh penjuru dunia melalui perangkat dan bermacam-macam teknologi di dalamnya seperti jejaring sosial.

Model marketing seperti ini dinamakan digital marketing, dimana anda melakukan promosi, pencarian pasar melalui media digital secara online. dengan memanfaatkan berbagai sumber daya seperti berbagai macam jejaring social. Digital marketing akan memudahkan interaksi antara produsen, perantara pasar, dan konsumen sehingga dapat membantu pemasaran produk dari perusahaan. Pemasaran digital biasanya terdiri dari pemasaran interaktif dan terpadu yang bertujuan untuk memudahkan para calon pelanggan. Digital marketing menggunakan media sosial platform seperti facebook, twitter, e-mail, pesan teks, dan search engine untuk memudahkan pebisnis memantau dan menyediakan segala kebutuhan dan keinginan calon pelanggan serta konsumen.

Melalui digital marketing, akan mempermudah Paguyuban Peternak Kambing Dan Domba Kado Sejahtera, untuk melakukan pemasaran susu kambing etawa. dan akan mempermudah akses pemasaran.

DAFTAR RUJUKAN

- A.Qodri Azizy, *Cara Kaya Dan Menuai Surga ,Edisi Revisi (Cetakan Iii)* Jakarta; Renaisan,2005
- Buhari Alma, *Kewirausahaan, Menumbuhkan Jiwa Wirausaha Bagi Mahasiswa Dan Masyarakat Indonesia, Edisi Revisi*, Bandung: Pustaka Alfabeta, 2005.
- Fadllan, Fadllan, Dan Syafi'i Syafi'i. "Implementasi Produk Tabungan Umum Syariah Di Kijks Bmt Ugt Sidogiri Cabang Pembantu Wlingi Jawa Timur." *Iqtishadia: Jurnal Ekonomi & Perbankan Syariah* 2, No. 2 (2015): 171–190.
- Rindang Sugiharto,Dkk. *Akhlaq Manusia Sebagai Dasar Berwirausaha*, Jakarta; Nuansa, 2005.
- Sudarwan Danim & Darwis, *Metode Penelitian Kebidanan Proses Dan Kebijakan* (Jakarta: Buku Kedokteran Egc.
- Sudradjat Rasyid, Dkk, *Kewirausahaan Santri (Bimbingan Santri Mandiri)*. Jakarta: Pt.Citrayudha, 2009.
- Taufikurrahman, Taufikurrahman. "Alternative Dispute Resolution (Adr) Dalam Penyelesaian Sengketa Konsumen." *Iqtishadia: Jurnal Ekonomi & Perbankan Syariah* 2, No. 1 (2015): 22–43.