



Pola Pengembangan UMKM melalui Strategi Digital Marketing secara Berkelanjutan pada Daerah Lahan Basah Kabupaten Barito Kuala



Oleh:
Hairudinor & Siti Rusidah

Universitas Lambung Mangkurat, Jalan Brigjend Hasan Basry Banjarmasin Utara, Banjarmasin, Provinsi Kalimantan Selatan, Indonesia

PENDAHULUAN

Optimalisasi penggunaan media digital untuk melakukan promosi secara masif agar dapat memberikan dampak yang signifikan terhadap awareness target konsumen dengan harapan dapat meningkatkan penjualan produk mitra UMKM. Digital marketing berperan dalam membangun brand awareness yang dilakukan dengan mengelola media sosial sebagai upaya membangun awareness, (Oktaviani and Rustandi, 2018). Letak geografis Kabupaten Barito Kuala yang langsung berbatasan dengan kota Banjarmasin, wilayah yang luas serta padatnya jumlah penduduk maka pelaku usaha memiliki potensi dalam mengembangkan usahanya khususnya bagi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. UMKM merupakan suatu usaha yang potensial bagi perkembangan perekonomian sehingga dalam pelaksanaannya perlu dioptimalkan dan digali kembali potensi yang ada untuk peningkatan pembangunan ekonomi masyarakat (Anggraeni, Hardjanto, 2013).

METODE

Proses pengambilan keputusan merupakan sistem tindakan karena ada beberapa komponen yang menurut (Prajudi, 2004) kerangka kerja sistem pengambilan keputusan yaitu 1) Posisi pengambil keputusan, 2) Permasalahan, 3) Situasi, 4) Kondisi, 5) Tujuan. Analytical Hierarchy Process (AHP) sebagai metode pengambilan keputusan, untuk sistem pendukung keputusan yang dibangun. Metode AHP merupakan salah satu metode dalam proses pengambilan keputusan, yang dibangun berdasarkan tiga prinsip, yaitu prinsip penyusunan hirarki, prinsip penetapan prioritas, dan prinsip konsistensi.

HASIL PENELITIAN

Komposisi kriteria dari pola pengembangan UMKM melalui strategi digital marketing secara berkelanjutan pada daerah lahan basah Kabupaten Barito Kuala dari responden ahli yang sudah di combined, maka hasilnya dapat dijelaskan sebagai berikut : 1) Kriteria startegi pemasaran dengan bobot nilai sebesar 0,305 atau 30,5%, 2) Kriteria penguasaan konsep bisnis dengan bobot nilai 0,560 atau 56,%, dan 3) Kriteria karakteristik dan profil UMKM dengan bobot nilai sebesar 0,134 atau 13,4%.

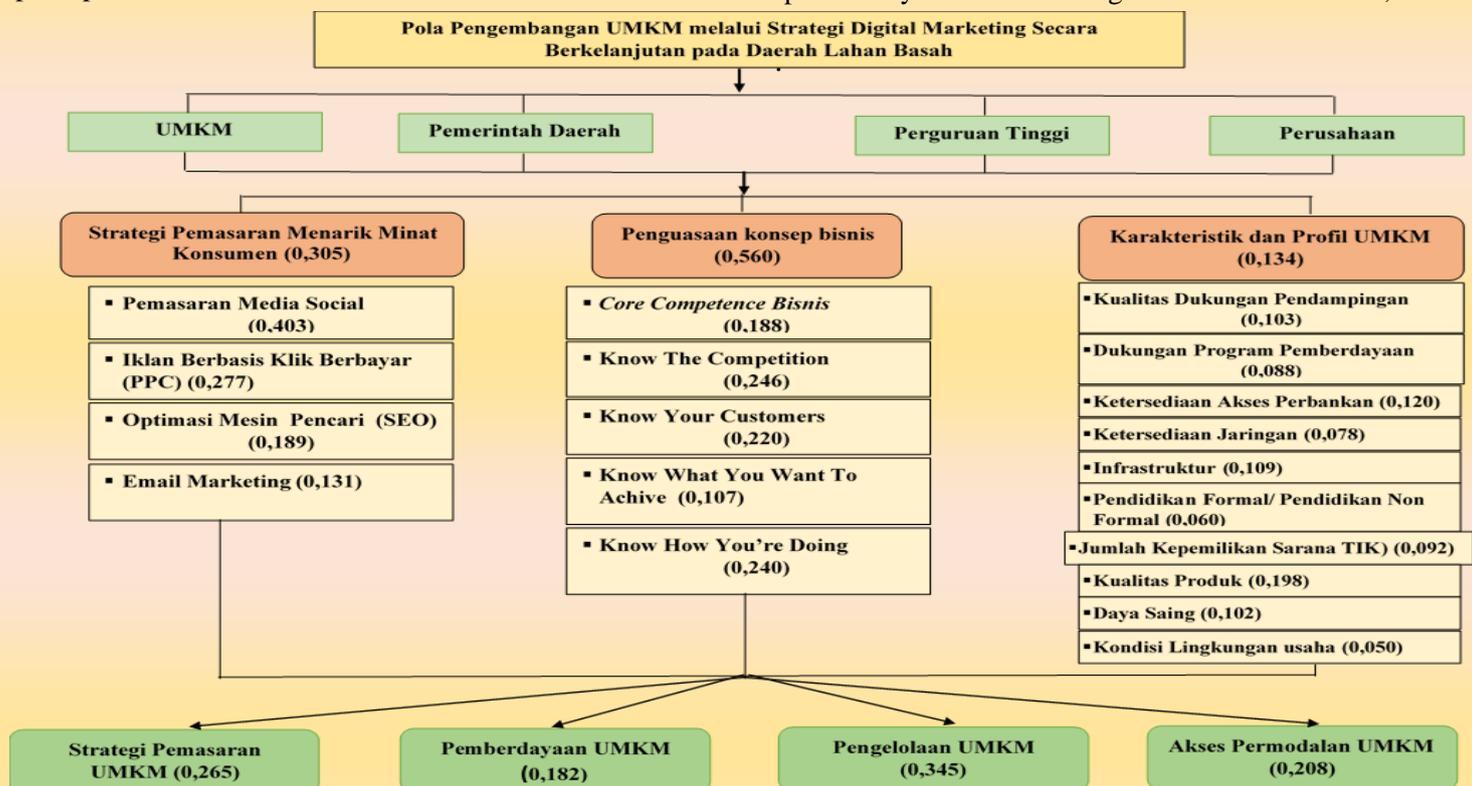
Tabel 1. Kriteria Prioritas Pengembangan UMKM

No	Kriteria	Nilai	Kelas Prioritas
1	Strategi Pemasaran	30,5%	Sedang
2	Penguasaan Konsep Bisnis	56,0%	Tinggi
3	Karakteristik dan Profil UMKM	13,4%	Rendah

Sumber: Analisis, 2022

KESIMPULAN

Pola pengembangan UMKM melalui startegi digital marketing pada daerah lahan basah Kabupaten Barito Kuala yang diuji menggunakan Metode *Analytical Hierarki Process* (AHP) berdasarkan prioritas/alternatif, maka prioritas pengelolaan UMKM dengan nilai bobot final yang lebih tinggi dengan bobit nilai sebesar 34,5%, dan dominan dibandingkan prioritas/alternatif lainnya, sehingga dapat disimpulkan bahwa alternatif pengelolaan UMKM dapat dipertimbangkan sebagai salah satu pola dalam prioritas pengembangan UMKM pada daerah lahan basah Kabupaten Barito Kuala. Prioritas/alternatif program strategi pemasaran UMKM dengan nilai bobot final 26,5%, akses permodalan UMKM dengan nilai bobot final 20,8% , dan pemberdayaan UMKM dengan nilai bobot final 18,2%.



Gambar 1. Pengambilan Keputusan berdasarkan Kriteria dan Sub Kriteria