



Tinjauan Terhadap Strategi Pemasaran Inovatif Dalam Pengembangan Usaha Kewirausahaan

Fachri Habib , Dita Oktaviani , Nurul Adinda Lubis

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Jl. William Iskandar Ps. V, Medan Estate, Kec. Percut Sei Tuan, Kabupaten
Deli Serdang, Sumatera Utara 20371

Korespondensi Peenulis : fachrihabib22@gmail.com

***Abstract.** Marketing strategy and product innovation have a positive and significant influence on the marketing performance of micro, small and medium enterprises (MSMEs) in various cities in Indonesia. When implementing innovative marketing strategies, entrepreneurs must pay attention to good management and organizational skills to achieve business goals. Apart from that, budget control is also an important factor in developing entrepreneurial ventures. When developing an entrepreneurial venture, entrepreneurs must consider innovative marketing strategies and proper budget management to achieve their business goals.*

***Keywords:** Objective, Marketing Strategy and Business Development*

Abstrak. Strategi pemasaran dan inovasi produk mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) di berbagai kota di Indonesia. Ketika menerapkan strategi pemasaran yang inovatif, pengusaha harus memperhatikan keterampilan manajemen dan organisasi yang baik untuk mencapai tujuan bisnis. Selain itu, pengendalian anggaran juga merupakan faktor penting dalam pengembangan usaha wirausaha. Saat mengembangkan usaha wirausaha, wirausahawan harus mempertimbangkan strategi pemasaran yang inovatif dan pengelolaan anggaran yang tepat untuk mencapai tujuan bisnis mereka.

Kata kunci: Tinjauan, Strategi Pemasaran dan Pengembangan Usaha

LATAR BELAKANG

Tinjauan mengenai strategi pemasaran inovatif dalam pengembangan bisnis kewirausahaan mencakup pemahaman pentingnya inovasi dalam konteks pemasaran untuk mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan bisnis. Meningkatnya persaingan dan perubahan pesat dalam teknologi dan tren pasar mengharuskan perusahaan untuk mengadopsi strategi pemasaran yang inovatif. Kami menekankan bahwa inovasi adalah kunci tidak hanya bagi keberlanjutan perusahaan, namun juga untuk menciptakan nilai tambah dan keunggulan kompetitif.

Tinjauan terhadap strategi pemasaran inovatif dalam pengembangan bisnis kewirausahaan menunjukkan bahwa strategi pemasaran dan inovasi produk mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) di berbagai kota di Indonesia, saya menemukan bahwa ada. Namun, pengusaha seringkali menghadapi kendala seperti kurangnya keterampilan manajemen dan organisasi yang baik ketika menerapkan strategi pemasaran yang inovatif.

Oleh karena itu, pemahaman mendalam tentang strategi pemasaran yang inovatif dan keterampilan manajemen yang kuat sangat penting untuk mendorong usaha kewirausahaan.

Received: 22 November 2023 Accepted: 28 Desember 2023 Published: 29 Maret 2024

* Fachri Habib, fachrihabib22@gmail.com

Maka, mempelajari dan memperoleh pemahaman lebih dalam tentang strategi pemasaran inovatif dapat berkontribusi secara signifikan terhadap peningkatan kinerja dan daya saing usaha wirausaha.

Implikasinya adalah bahwa strategi pemasaran yang inovatif dapat membantu meletakkan dasar bagi keberlanjutan jangka panjang dan relevansi usaha kewirausahaan. Lahirnya kewirausahaan pada masyarakat disebabkan karena adanya peluang, dan ketidakpastian masa depan. Peluang tersebut untuk dimaksimalkan, berkaitan dengan keberanian mengambil peluang, berspekulasi, menata organisasi, dan melahirkan berbagai macam inovasi.

KAJIAN TEORITIS

Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran merupakan strategi yang digunakan oleh perusahaan untuk terus menerus memproduksi barang dan jasa agar dapat terus bersaing di pasar. Strategi pemasaran melibatkan keputusan tentang biaya pemasaran perusahaan, bauran pemasaran, dan alokasi pemasaran. Perencanaan strategi pemasaran dilakukan melalui keunggulan kompetitif dan pengembangan program.

Selain itu, strategi pemasaran adalah rencana terstruktur untuk mencapai tujuan pemasaran perusahaan. Sasaran strategi pemasaran antara lain meningkatkan penjualan, meningkatkan pangsa pasar, kesadaran merek, dan kepuasan pelanggan.

Sedangkan pemasaran adalah serangkaian kegiatan yang bertujuan untuk mempromosikan, menjual, dan mendistribusikan produk atau jasa untuk mencapai tujuan tertentu. Tujuan pemasaran meliputi meningkatkan penjualan, meningkatkan kesadaran merek, mempertahankan pelanggan, dan memperoleh keunggulan kompetitif.

Pemasaran Inovatif

Pemasaran inovatif merupakan strategi pemasaran yang menghasilkan ide-ide baru dalam memasarkan produk dan jasa untuk meningkatkan daya saing suatu perusahaan. Pemasaran inovatif melibatkan penciptaan produk dengan kualitas lebih tinggi, penambahan fitur baru pada suatu produk, atau penciptaan produk yang belum pernah ada sebelumnya.

Selain itu, inovasi pemasaran juga mencakup pengembangan strategi pemasaran baru yang dapat memperluas pangsa pasar dan meningkatkan penjualan, seperti kampanye iklan yang kreatif dan penggunaan media sosial serta program loyalitas pelanggan. Inovasi dalam pemasaran bertujuan untuk meningkatkan kualitas produk dan jasa, memperkenalkan produk

dan jasa baru, meningkatkan pangsa pasar, mencapai keunggulan kompetitif, meningkatkan efisiensi dan efektivitas proses pemasaran, serta meningkatkan loyalitas pelanggan.

Oleh karena itu, pemasaran inovatif merupakan strategi penting untuk mengatasi perubahan pasar yang cepat dan persaingan yang kompleks. Pemasaran inovatif menggunakan pendekatan kreatif dan strategi baru untuk mempromosikan produk dan layanan dengan tujuan menciptakan nilai tambah dan keunggulan kompetitif.

Pengembangan Usaha

Pengembangan usaha adalah penciptaan jangka panjang bagi organisasi dari pelanggan, pasar, dan interaksi di dalamnya. Pengembangan bisnis adalah tentang menciptakan interaksi jangka panjang antara pelanggan, pasar, dan organisasi. Hal ini mencakup penyempurnaan produk, sistem distribusi, integrasi dan sinergi.

Tujuan pengembangan bisnis adalah untuk menjaga produktivitas dan keberlanjutan perusahaan. Strategi pengembangan bisnis yang efektif mencakup penggunaan media sosial, inovasi rutin, identifikasi pesaing bisnis Anda, penggunaan teknologi digital, penggunaan kredit dan masih banyak lagi. Oleh karena itu, pengembangan usaha merupakan langkah penting untuk menjamin kelangsungan dan pertumbuhan usaha.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini bersifat kualitatif karena bertujuan untuk mengetahui peristiwa dan fenomena yang terjadi serta menjelaskan temuan di lapangan dengan menggunakan informasi, data dan fakta yang diperoleh selama penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti menyelidiki peran gaya kepemimpinan terhadap motivasi kerja. Subjek penelitian UMKM. Penelitian ini menggunakan dua jenis data. Data primer dan data sekunder digunakan untuk mengumpulkan data yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan.

Apabila informasi dasar diperoleh langsung dari praktik, sesuai dengan situasi pada saat penelitian, dan materi dikumpulkan dengan teknik wawancara. Data sekunder adalah data yang berupa bukti, catatan sejarah, atau laporan, biasanya disusun menjadi arsip terbitan atau tidak terbitan dan dikumpulkan dengan menggunakan teknik dokumentasi. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Pengumpulan data karakteristik responden bertujuan untuk mengetahui profil responden penelitian. Dari hasil penelitian tersebut dapat ditemukan gambaran karakteristik responden ditinjau dari jenis kelamin, tingkat pendidikan, dan usia, seperti uraian berikut ini.

Tinjauan Strategi Pemasaran Inovatif

Strategi pemasaran inovatif dapat membantu meningkatkan daya saing perusahaan dengan mempersiapkan dan memantau perusahaan untuk mengakomodasi perubahan pasar dan menghadapi persaingan yang kompleks. (Israwati et al., 2023)

Ada berbagai jenis pemasaran yang dapat digunakan untuk pengembangan bisnis.

Jenis pemasaran berikut ini biasa digunakan:

1. Pemasaran yang Ada: Menjual produk atau jasa langsung ke pelanggan dengan mendatangi lokasinya.
2. Pemasaran Praktis: Menjual produk dan layanan melalui media pemasaran lain, seperti iklan berbayar, pemasaran transaksional dan pemasaran digital.
3. Pemasaran Influencer: Bekerja sama dengan influencer yang relevan untuk meningkatkan kesadaran merek.
4. Pemasaran Elektronik: Menjual produk atau layanan secara digital melalui platform elektronik seperti website, email dan chatbots.
5. Pemasaran Keuangan: Menjual produk atau jasa langsung kepada pelanggan dengan cara mendistribusikannya dengan mudah dan tepat.
6. Pemasaran Media Sosial: Menjual produk atau layanan melalui jejaring sosial seperti media sosial, grup, dan komunitas.

Berikut beberapa strategi pemasaran inovatif, yaitu:

1. Menciptakan produk atau layanan yang berkualitas

Inovasi produk dan layanan dapat membantu perusahaan menciptakan produk yang lebih unik dan menarik, yang pada akhirnya dapat meningkatkan daya saingnya. (Effendi et al., 2022)

2. Menambah fitur baru pada produk

Menambahkan fitur-fitur baru pada produk dan layanan memungkinkan perusahaan merespons kebutuhan pasar yang lebih kompleks dan meningkatkan daya saingnya.

3. Menciptakan strategi pemasaran baru

Strategi pemasaran yang inovatif dapat memperluas jangkauan pasar Anda dan meningkatkan penjualan. Dengan menerapkan strategi pemasaran yang inovatif, perusahaan

dapat meningkatkan daya saing, memperluas jangkauan pasar, dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, strategi pemasaran yang inovatif menjadi sangat penting bagi dunia usaha, khususnya usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM), yang menghadapi perubahan pasar dan persaingan yang kompleks.

Pada inovasi dalam strategi pemasaran. Inovasi dalam pemasaran melibatkan pengembangan ide untuk produk, proses dan layanan serta pengembangan strategi pemasaran yang meningkatkan daya saing suatu perusahaan. Berbagai jenis inovasi pemasaran yang dapat diterapkan antara lain inovasi tambahan yang menambahkan unsur kejutan, inovasi produk, inovasi proses dan inovasi pemasaran lainnya.(Darsana et al., 2023)

Sebagai bagian dari pengembangan bisnis kewirausahaan, penerapan inovasi pada strategi pemasaran membantu perusahaan memperkenalkan produk dan layanan baru, meningkatkan kualitas produk dan layanan yang sudah ada dan memperluas pangsa pasar.



Gambar 1

Cara Terbaik dalam Memasarkan Produk

Pengembangan Usaha

Pengembangan usaha adalah proses mengidentifikasi, memelihara dan memperoleh pelanggan baru dan peluang bisnis, yang tujuannya adalah untuk meningkatkan keuntungan dan kualitas bisnis.

Berikut adalah beberapa strategi pengembangan bisnis yang dapat Anda terapkan.

1. Menggunakan Media Sosial: Media sosial dapat digunakan untuk membangun merek Anda, menarik pelanggan, dan mempromosikan produk dan layanan Anda. (Anggraeni, 2013)
2. Berinovasi secara berkala: Inovasi sangat penting dalam pengembangan bisnis, sehingga Anda perlu merespons pasar secara berkala.
3. Kenali pesaing bisnis Anda : Memahami kekuatan dan kelemahan bisnis Anda sangat penting untuk menciptakan strategi pengembangan yang efektif.

4. Penggunaan Teknologi Digital: Pentingnya memanfaatkan teknologi digital dalam bisnis Anda karena membantu bisnis Anda berkembang di era teknologi ini.
5. Optimalisasi Sumber Daya: Optimalisasi sumber daya yang ada sedemikian
6. Mencari tambahan modal: Anda dapat menambah modal bisnis Anda dengan mengajukan pinjaman atau menggunakan layanan peer-to-peer (P2P) lending.
7. Membangun jaringan bisnis : Membangun jaringan bisnis dengan banyak orang untuk mendapat dukungan dan kerjasama.
8. Melakukan Riset Pasar: Riset pasar membantu Anda memahami tren permintaan saat ini dan menentukan strategi pengembangan bisnis yang secara akurat memenuhi tujuan Anda.(Hamid & Susilo, 2011)

Dalam mengembangkan suatu perusahaan, penting untuk memperhatikan aspek produk, sistem distribusi, integrasi dan sinergi. Menerapkan strategi pengembangan bisnis yang tepat dapat membantu bisnis Anda berkembang dan mencapai keuntungan yang optimal.

Aspek Penting dalam Pemasaran

Pemasaran adalah serangkaian kegiatan yang bertujuan untuk mempromosikan, menjual, dan mendistribusikan produk atau jasa untuk mencapai tujuan tertentu. Tujuan pemasaran meliputi meningkatkan penjualan, meningkatkan kesadaran merek, mempertahankan pelanggan, dan memperoleh keunggulan kompetitif.

Aspek penting dari pemasaran adalah:

1. Memahami pasar: Memahami karakteristik pasar seperti kebutuhan, preferensi, dan perilaku pelanggan.
2. Sasaran Pemasaran: Tetapkan sasaran yang jelas dan terukur untuk memandu strategi pemasaran Anda.
3. Menentukan target pasar: Identifikasi segmen pasar yang menjadi fokus utama produk atau layanan. (Lubis, 2004)
4. Bauran Pemasaran: Merancang dan mengelola elemen bauran pemasaran: produk, harga, promosi dan distribusi untuk mencapai tujuan pemasaran.
5. Pemasaran Online: Penggunaan platform online dan teknologi digital untuk memasarkan produk dan layanan.
6. Pemasaran Media Sosial: Gunakan media sosial sebagai alat pemasaran untuk berinteraksi dengan pelanggan, membangun merek, dan memperluas jangkauan Anda.
7. Pemasaran Konten: Membuat dan mendistribusikan konten yang relevan untuk menarik dan mempertahankan perhatian pelanggan Anda.

8. Pemasaran Relasional: Membangun hubungan yang kuat dan berkelanjutan dengan pelanggan untuk meningkatkan loyalitas dan retensi.
9. Analisis Pasar dan Pesaing: Melakukan analisis pasar dan memahami lanskap persaingan untuk mengambil keputusan strategis yang tepat.
10. Evaluasi Kinerja: Ukur dan evaluasi efektivitas strategi pemasaran Anda menggunakan metrik seperti ROI, pangsa pasar dan kepuasan pelanggan.

Pemasaran terus berkembang seiring perubahan tren, teknologi dan perilaku konsumen. Oleh karena itu, fleksibilitas dan kemampuan beradaptasi adalah kunci keberhasilan merancang dan menerapkan strategi pemasaran yang efektif.

KESIMPULAN DAN SARAN

Strategi pemasaran yang inovatif membantu dalam pengembangan usaha kewirausahaan dengan menghasilkan ide-ide baru untuk strategi pemasaran yang meningkatkan daya saing perusahaan. Beberapa strategi pemasaran inovatif yang dapat diterapkan dalam pengembangan bisnis kewirausahaan antara lain memanfaatkan media sosial, melakukan inovasi secara berkala, mengoptimalkan sumber daya, mendapatkan tambahan modal, membangun jaringan bisnis, dan melakukan riset pasar.

Selain itu, penting juga untuk mengidentifikasi pesaing bisnis dan menerapkan inovasi produk dan proses dalam pengembangan bisnis. Penerapan strategi pemasaran inovatif yang tepat dapat membantu wirausahawan berkembang dan mencapai keuntungan yang optimal.

Saran yang diberikan diharapkan agar para wirausaha lebih memperhatikan usahanya. Diharapkan dapat memperbaiki strategi-strategi untuk mencapai kepuasan kerja dan pemasaran yang lebih baik. Semoga para wirausaha dapat meningkatkan penerapan gaya kepemimpinan yang lebih baik dalam hal kemampuan memotivasi atau memotivasi anggota dan lebih tabah dalam melaksanakan setiap peraturan yang disepakati. Untuk mencapai strategi yang lebih baik, prioritas utama adalah meningkatkan nilai gaya atau strategi yang diterapkan secara langsung tanpa melalui atau dimediasi oleh kepuasan kerja dengan meningkatkan strategi pemasaran yang lebih baik.

DAFTAR REFERENSI

- Anggraeni, F. D. (2013). *Pengembangan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) melalui fasilitasi pihak eksternal dan potensi internal (Studi kasus pada kelompok usaha "Emping Jagung" di Kelurahan Pandanwangi Kecamatan Blimbing Kota Malang)*. Brawijaya University.

- Darsana, I. M., Rahmadani, S., Salijah, E., Akbar, A. Y., Bahri, K. N., Amir, N. H., Jamil, S. H., Nainggolan, H. L., Anantadjaya, S. P. D., & Nugroho, A. (2023). *Strategi Pemasaran*. CV. Intelektual Manifes Media.
- Effendi, N. I., Mulyana, M., Apriani, A., Titing, A. S., Nugroho, H., Purnama, D., Ernawati, S., Egim, A. S., Nurendah, Y., & Purwanti, T. (2022). *Strategi Pemasaran*. Global Eksekutif Teknologi.
- Hamid, E. S., & Susilo, Y. (2011). *Strategi pengembangan usaha mikro kecil dan menengah di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta*.
- Israwati, Hermansyah, T. Irawan, Fajrig Arsyelan, & Avid Opel Alexander. (2023). Penerapan Strategi Pemasaran, Inovasi Produk Kreatif Dan Orientasi Pasar Untuk Meningkatkan Kinerja Pemasaran Umkm Tekat Tiga Dara. *Jurnal Pengabdian Ibnu Sina*, 2(1), 72–76. <https://doi.org/10.36352/j-pis.v2i1.510>
- Lubis, A. N. (2004). Strategi Pemasaran Dalam Persaingan Bisnis. *Persepsi Masyarakat Terhadap Perawatan Ortodontik Yang Dilakukan Oleh Pihak Non Profesional*, 1–14. <http://repositorio.unan.edu.ni/2986/1/5624.pdf> <http://fiskal.kemenkeu.go.id/ejournal> <http://dx.doi.org/10.1016/j.cirp.2016.06.001> <http://dx.doi.org/10.1016/j.powtec.2016.12.055> <https://doi.org/10.1016/j.ijfatigue.2019.02.006> <https://doi.org/10.1>
- Anggraeni, F. D. (2013). *Pengembangan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) melalui fasilitasi pihak eksternal dan potensi internal (Studi kasus pada kelompok usaha "Emping Jagung" di Kelurahan Pandanwangi Kecamatan Blimbing Kota Malang)*. Brawijaya University.
- Darsana, I. M., Rahmadani, S., Salijah, E., Akbar, A. Y., Bahri, K. N., Amir, N. H., Jamil, S. H., Nainggolan, H. L., Anantadjaya, S. P. D., & Nugroho, A. (2023). *Strategi Pemasaran*. CV. Intelektual Manifes Media.
- Effendi, N. I., Mulyana, M., Apriani, A., Titing, A. S., Nugroho, H., Purnama, D., Ernawati, S., Egim, A. S., Nurendah, Y., & Purwanti, T. (2022). *Strategi Pemasaran*. Global Eksekutif Teknologi.
- Hamid, E. S., & Susilo, Y. (2011). *Strategi pengembangan usaha mikro kecil dan menengah di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta*.
- Israwati, Hermansyah, T. Irawan, Fajrig Arsyelan, & Avid Opel Alexander. (2023). Penerapan Strategi Pemasaran, Inovasi Produk Kreatif Dan Orientasi Pasar Untuk Meningkatkan Kinerja Pemasaran Umkm Tekat Tiga Dara. *Jurnal Pengabdian Ibnu Sina*, 2(1), 72–76. <https://doi.org/10.36352/j-pis.v2i1.510>
- Lubis, A. N. (2004). Strategi Pemasaran Dalam Persaingan Bisnis. *Persepsi Masyarakat Terhadap Perawatan Ortodontik Yang Dilakukan Oleh Pihak Non Profesional*, 1–14. <http://repositorio.unan.edu.ni/2986/1/5624.pdf> <http://fiskal.kemenkeu.go.id/ejournal> <http://dx.doi.org/10.1016/j.cirp.2016.06.001> <http://dx.doi.org/10.1016/j.powtec.2016.12.055> <https://doi.org/10.1016/j.ijfatigue.2019.02.006> <https://doi.org/10.1>