

# STRATEGI PEMASARAN PADA PRODUK DIMSUM MENTAI TERHADAP PENINGKATAN PENDAPATAN DENGAN MEMANFAATKAN MEDIA SOSIAL DI ERA DIGITAL

Dara Nursyifa Sofian<sup>1\*</sup>, Muthi<sup>2</sup> Dwika Ningrum<sup>2</sup>, Putri Diana Sari<sup>3</sup>,  
Sukma Ali Winata<sup>4</sup>, Siti Maimunah<sup>5</sup>

<sup>1-5</sup>STIE Mahardhika Surabaya  
email: <sup>1)</sup> [darasyifanur20@gmail.com](mailto:darasyifanur20@gmail.com)

## Article Info

### Article history:

Received : 03 - 02, 2024

Revised : 12 - 02, 2024

Accepted : 17 - 02, 2024

### Keywords:

Marketing;  
Marketing Strategy;  
Revenue;  
Social Media.

## ABSTRACT

This study is driven by the various sales trends observed through the utilization of social media, particularly in today's digital age. Marketing strategies via social media play a crucial role for entrepreneurs, especially in the dimsum industry where the wide array of dimsum varieties serves as a unique attraction for consumers. The effectiveness of social media in this context cannot be overstated. The research employs a descriptive qualitative approach, involving analysis, data collection, and subsequent application. This method does not involve statistical procedures, but rather aims to address specific issues by providing a detailed description of the research subject based on field observations. The investigation into the mentai dim sum business underscores the significance of social media as a key strategy for revenue growth. The impact of social media on revenue generation is substantial, as it facilitates closer consumer engagement and enhances product visibility.

*This is an open access article under the [CC BY](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) license.*



### \*Corresponding Author:

Dara Nursyifa Sofian  
STIE Mahardhika Surabaya  
Email: [darasyifanur20@gmail.com](mailto:darasyifanur20@gmail.com)

## 1. PENDAHULUAN

Bisnis makanan merupakan salah satu bisnis yang paling banyak diminati dan paling menguntungkan. Peluang bisnis makanan sangatlah besar, terbukti dengan melimpahnya makanan yang ada disekitar kita, karena keinginan manusia akan tingkat konsumsi barang sangatlah konsumtif, karena itu juga peluang bisnis pada usaha makanan sangatlah cocok apalagi untuk pemula dalam menjalankan bisnis. Terutama dalam bisnis makanan dengan melihat trend pasar yang ada usaha makanan memang akhir-akhir ini sangatlah digandrungi terutama di kota Surabaya. Kota Surabaya merupakan salah satu kota dengan tingkat kepadatan yang tinggi karena pusat pemerintahan dan perekonomian itu menjadi peluang yang cukup besar bagi kami sehingga memilih usaha makanan tersebut. Salah satu usaha makanan yang sekarang banyak diminati di kota Surabaya yaitu Dimsum. Dimsum merupakan salah satu makanan ringan dari Tiongkok yang disenangi oleh masyarakat Indonesia.

Berdasarkan hasil survei yang telah kami lakukan, menunjukkan bahwa ide produk Dimsum ini memiliki potensi yang menarik di pasar lokal. Survei pasar menunjukkan bahwa ada permintaan yang tinggi untuk makanan cepat saji yang lezat dan praktis terutama dikalangan pelajar, mahasiswa bahkan pekerja sekalipun. Responden survei secara umum memberikan umpan positif terkait Dimsum, termasuk rasa dan kualitas produk.

Hal ini merupakan peluang yang cukup besar untuk kami selaku pelaku usaha, akan tetapi dari banyaknya peluang yang ada akan dipastikan banyak pelaku usaha yang akan berlomba-lomba untuk mengambil peluang tersebut. Dengan tingginya peluang itu tingkat persaingan juga pasti akan cukup ketat, sebuah usaha harus mampu bertahan dalam menghadapi persaingan yang ada dan suatu usaha juga harus bisa menyesuaikan diri untuk menghadapi perubahan dan trend yang ada.

Sesuai uraian diatas, usaha Dimsum kami mengambil strategi dalam mengambil peluang usaha tersebut agar bisa bertahan dan tidak kalah saing dengan pelaku usaha Dimsum lainnya dengan memasarkan produk Dimsum melalui media sosial. Di era digital ini strategi pemasaran melalui media sosial merupakan hal yang sangat penting bagi pelaku bisnis, khususnya pada produk Dimsum yang dimana dengan keberagaman jenis Dimsum menjadi daya tarik tersendiri untuk konsumen, dengan pemanfaatan media sosial merupakan hal yang sangat efektif. Di beberapa penelitian menyebutkan media sosial berperan penting dalam pemasaran usaha karena berpengaruh terhadap tingkat penjualan suatu usaha. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui lebih lanjut bagaimana strategi pemasaran yang efektif dengan memanfaatkan media sosial yang ada, serta bagaimana agar pelaku usaha bisa memahami pengaruh strategi pemasaran dalam meningkatkan pendapatan.

## **2. TINJAUAN PUSTAKA**

### **2.1. Pemasaran**

Dalam kegiatan pemasaran yang identik dengan proses pengenalan produk kepada calon konsumen. Aspek pemasaran ini meliputi periklanan, hubungan masyarakat, penjualan dan promosi. Menurut Laksana (2019:1) pemasaran adalah bertemunya penjual dan pembeli untuk melakukan kegiatan transaksi produk barang atau jasa. Pemasaran juga merupakan suatu kegiatan yang sangat penting pada suatu usaha karena dengan adanya pemasaran yang baik, maka suatu usaha akan lebih mudah dalam mencapai target.

### **2.2. Strategi Pemasaran**

Strategi pemasaran adalah serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran perusahaan dari waktu ke waktu, pada masing-masing tingkatan dan acuan serta alokasinya, terutama sebagai tanggapan perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan persaingan yang selalu berubah Assauri (2008). Oleh karena itu, penentuan strategi pemasaran harus didasarkan atas analisa lingkungan dan internal perusahaan melalui analisa keunggulan dan kelemahan perusahaan, serta analisa kesempatan dan ancaman yang dihadapi perusahaan dari lingkungannya. Untuk menganalisis strategi pemasaran secara tepat selain menggunakan analisis SWOT (Tambunan et al., 2021). Perlu adanya memakai bauran pemasaran (marketing mix) untuk menambah analisa secara internal dan eksternal. Pendekatan pemasaran 4P, yaitu product, price, place, DAN promotion sering berhasil untuk barang, tetapi berbagai elemen tambahan memerlukan perhatian dalam bisnis jasa.

### **2.3. Pendapatan**

Mendapatkan suatu pendapatan merupakan tujuan utama dari didirikannya suatu perusahaan. Pendapatan merupakan hal penting dalam suatu perusahaan, karena dengan adanya pendapatan akan mempengaruhi banyaknya laba yang diharapkan yang akan menjamin kelangsungan hidup suatu perusahaan.

Ikatan Akuntan Indonesia (2021) mengungkapkan dalam Standar Akuntansi Keuangan Entitas Tanpa Akuntabilitas Publik (SAK ETAP) mendefinisikan Pendapatan adalah penghasilan yang timbul dalam pelaksanaan aktivitas entitas yang biasa dan dikenal dengan sebutan berbeda seperti penjualan, imbalan, bunga, dividen, royalti dan sewa. Menurut Sohib (2018), pendapatan merupakan aliran masuk aktiva yang timbul dari penyerahan barang atau jasa yang dilakukan oleh suatu unit usaha selama periode tertentu. Bagi perusahaan, pendapatan yang diperoleh atas operasi pokok akan menambah nilai aset perusahaan yang pada dasarnya juga akan menambah modal perusahaan. Namun untuk kepentingan akuntansi, penambahan modal sebagai akibat penyerahan barang atau jasa kepada pihak lain dicatat tersendiri dengan akun pendapatan.

Penjualan adalah suatu kegiatan dan cara untuk mempengaruhi pribadi agar terjadi pembelian (penyerahan) barang atau jasa yang ditawarkan, berdasarkan harga yang telah disepakati oleh kedua belah pihak dalam kegiatan tersebut secara tunai maupun kredit. Penjualan adalah tujuan dari pemasaran, artinya perusahaan melalui departemen pemasaran termasuk tenaga penjualnya (sales force) akan berusaha melakukan kegiatan penjualan atau mendistribusikan produk dari hasil produksi.

### **2.4. Media Sosial**

Media sosial merupakan interaksi antara individu atau organisasi bisnis (konsumen dan produsen), baik berupa teks, gambar, atau video, maupun jaringan. Media sosial perlahan berkembang sehingga membuat setiap penggunaanya dapat membangun sebuah usaha dalam jaringan atau online (Romdonny & Rosmadi,

2018). Sebagai tempat yang terbuka selama 24 jam, media sosial terbukti sangat memudahkan penggunaannya untuk membangun suatu bisnis secara maya (Handaruwati, 2018).

Kendala yang dihadapi oleh pelaku usaha dalam memanfaatkan media sosial adalah keterbatasan sumber daya manusia (SDM) yang memahami bidang teknologi informasi dan komunikasi. Hal ini tentunya harus mendapat perhatian dari pelaku usaha bisnis agar produk yang dihasilkan dapat dilihat dan diminati oleh konsumen yang ada diseluruh dunia. Dari penelitian yang dilakukan oleh Parent, Plangger, & Bal, 2011:226; Schultz & Peltier, 2013:96; Bruhn, Schoenmueller, & Schafer, 2012:787; dapat disimpulkan bahwa media sosial sangat berperan dalam mengembangkan organisasi bisnis terutama berkaitan dengan merek, jenis produk, dan spesifikasi produk sebagai daya tarik bagi konsumen.

### **3. METODE PENELITIAN**

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kualitatif deskriptif. Metode ini dilakukan melalui analisis, pengumpulan data, dan kemudian diterapkan. Metode ini juga tidak menggunakan prosedur statistik yang bertujuan untuk mengurangi permasalahan tertentu dengan mendeskripsikan objek penelitian yang menggambarkan fakta-fakta yang diperoleh di lapangan. Data subjek digunakan dalam penelitian ini dengan sumber data yang berasal dari data primer. Data dikumpulkan dengan teknik observasi, wawancara dan dokumentasi.

### **4. HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1. Profil Usaha**

Usaha Dimsum Mentai ini dipasarkan dengan nama Hallo Dimsum yang berasal dari dua kata yaitu Hallo dan Dimsum. Hallo sendiri berarti ekspresi atau isyarat salam yang diucapkan pada seseorang, dan Dimsum sendiri berasal ini merupakan makanan khas olahan dari Tiongkok. Jadi Hallo Dimsum ini bisa dimaknai dengan mempersembahkan makanan yang memiliki khas dari Tiongkok.

Dimsum mentai merupakan hasil inovasi olahan bahan pangan dengan bahan dasar ayam. Dimsum mentai ini salah satu jenis dimsum yang memiliki beberapa isian diantaranya ayam, jamur, sosis dengan varian toping saos bangkok, chili oil dan saus mentai yang creamy. Saus mentai ini terbuat dari saus dan mayonaise, yang memberikan rasa gurih dan creamy pada dimsum tersebut. Dimsum ini memiliki tekstur yang kenyal dan empuk, serta rasa yang gurih dan lezat. Pada dimsum mentai ini, memiliki varian mentai dan diberi taburan nori (rumpuk laut) untuk memberikan cita rasa yang lebih kaya. Dengan rasa yang gurih (dan creamy serta tekstur yang kenyal dan empuk, dimsum varian mentai ini juga menjadi salah satu pilihan kuliner yang populer di kalangan masyarakat. Dimsum varian mentai dapat disajikan sebagai makanan ringan atau cemilan, serta cocok untuk acara keluarga atau acara lainnya. Selain itu, dimsum varian mentai juga dapat dijual dalam bentuk siap saji atau frozen, sehingga dapat dijual secara eceran atau grosir.

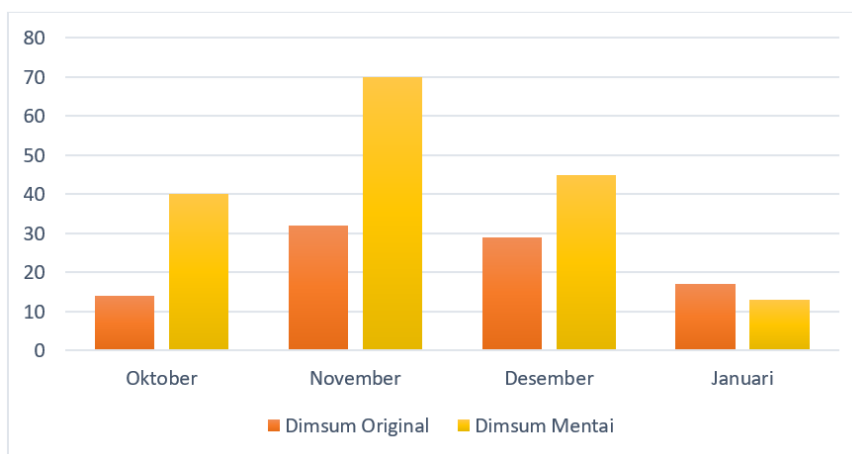
Pada proses pembuatan Dimsum Mentai ini juga tidak menggunakan pengawet, tetapi menggunakan penyedap rasa alami sehingga akan lebih sehat. Meskipun Dimsum Mentai ini dibuat hanya dengan direbus tetapi tetap menonjolkan cita rasa yang tinggi. Pada penjualan Dimsum kita menyediakan 2 varian Dimsum yaitu original dan mentai. Dimsum Mentai ini dikemas menggunakan kotak kardus kecil yang setiap kotaknya berisikan 6 pcs. Untuk harga varian Dimsum Original kita bandrol dengan harga Rp. 13.000 dan untuk Dimsum Mentai dengan harga Rp. 15.000. Untuk pemasaran Dimsum Mentai ini dilakukan dengan sistem pre order sebanyak seminggu sekali.

#### **4.2. Hasil Usaha**

Di era digital, penggunaan media sosial menjadi salah satu strategi pemasaran yang sangatlah penting untuk meningkatkan pendapatan suatu usaha. Dengan bantuan media sosial, perusahaan dapat menjadi lebih dekat dengan konsumen, sehingga bisa lebih mudah meningkatkan pendapatan perusahaan, biaya menjadi lebih efektif dan efisien. Jika interaksi sosial dengan konsumen tinggi akan memberikan peluang besar bagi perusahaan bisa mempromosikan produknya kepada calon konsumen.

Akses internet juga sangatlah mudah apalagi di era digital seperti saat ini. Media sosial menjadi salah satu media yang paling efektif digunakan sebagai tempat dalam mempromosikan produk, terutama untuk bisnis pemula dengan modal yang masih terbatas. Dengan memanfaatkan media sosial, para pelaku usaha tidak perlu mengeluarkan biaya besar karena media sosial kini dapat dijangkau oleh banyak orang. Oleh karena itu, para pelaku usaha perlu memanfaatkan media sosial sebagai bagian dari strategi pemasaran untuk mencapai kesuksesan dalam era digital ini (Febriani & Putri, 2023).

Seperti yang dilakukan pada usaha Dimsum Mentai ini, usaha Dimsum Mentai ini melakukan promosi produk melalui internet yaitu media sosial seperti Instagram dan WhatsApp. Usaha Dimsum Mentai ini melakukan promosi dengan mengunggah pamflet, konten video yang menarik melalui Instagram story, postingan dan juga story whatapps. Promosi tersebut terbukti mampu meningkatkan penjualan secara signifikan tanpa memerlukan biaya yang besar, seperti pada gambar dibawah ini.



**Gambar 1. Diagram Hasil Penjualan Dimsum Mentai**

Seperti pada pandemi COVID-19 merupakan konteks kejadian dimana sosial media mampu menjadi marketing dengan berperan positif dalam meningkatkan jumlah penjualan produk pada toko online atau usaha UMKM. Media sosial telah menjadi trend dalam komunikasi pemasaran dan mampu membantu pemasar dalam menjangkau target pasar yang lebih luas, sehingga dapat meningkatkan pendapatan dan berpengaruh secara signifikan terhadap omzet penjualan pada konsumen.

Selain itu, media sosial telah memungkinkan untuk melakukan aktivitas pemasaran dengan lebih sedikit usaha dan biaya yang dikeluarkan. Di Indonesia, media sosial tidak hanya digunakan untuk saling berkomunikasi dan bertukar pendapat, tetapi platform media sosial seperti Instagram dan WhatsApp juga digunakan sebagai media informasi terkait produk dan promosi. Sebagian besar dari masyarakat Indonesia juga sudah memanfaatkan media sosial untuk memasarkan produknya.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pemanfaatan media sosial dalam era digital telah membuka peluang yang luas bagi para pelaku usaha untuk memasarkan produk dengan efektif dan efisien. Media sosial tidak hanya memungkinkan para pelaku usaha untuk menjangkau target pasar yang lebih luas, tetapi juga memberikan kemudahan dalam melakukan aktivitas pemasaran dengan biaya yang relatif rendah. Oleh karena itu, pemanfaatan media sosial sebagai bagian dari strategi pemasaran merupakan hal yang sangat penting dalam mencapai kesuksesan bisnis di era digital ini (Musyawarah & Idayanti, 2022).

## 5. KESIMPULAN

Potensi bisnis makanan, khususnya dimsum mentai, sebagai peluang yang menjanjikan di kota Surabaya. Dimsum mentai ditawarkan dengan dua varian, yaitu original dan mentai, dengan penekanan pada kualitas, rasa, dan kemasan yang sehat. Di era digital pemanfaatan media sosial menjadi salah satu strategi yang sangat penting untuk peningkatan pendapatan pada usaha dimsum mentai ini. Strategi pemasaran melalui media sosial, terutama Instagram dan WhatsApp, menjadi fokus utama dalam meningkatkan pendapatan. Seperti pada usaha Dimsum dengan penggunaan media sosial menunjukkan hasil yang signifikan terhadap pendapatan, media sosial juga menjadi kunci untuk mendekati diri dengan konsumen dan meningkatkan visibilitas suatu produk.

Berdasarkan kesimpulan di atas, dapat disimpulkan beberapa langkah strategis untuk pengembangan usaha dimsum mentai ke depannya. Pertama, perlu dilakukan diversifikasi produk dengan mengembangkan variasi dimsum guna memenuhi selera pelanggan yang beragam. Langkah ini diambil untuk mengurangi risiko bisnis, sehingga usaha tidak hanya bergantung pada satu produk atau satu pasar. Diversifikasi dapat mencakup pengenalan produk baru, ekspansi geografis, atau penargetan pasar yang berbeda.

Selanjutnya, untuk meningkatkan visibilitas dan popularitas usaha, perlu dilakukan pengoptimalan media sosial secara lebih efektif. Hal ini dapat dicapai dengan menjaga jadwal posting yang konsisten, memperluas strategi promosi ke platform lain seperti TikTok dan Twitter, serta menggunakan hashtag relevan untuk

meningkatkan visibilitas konten di berbagai platform seperti Instagram, Twitter, dan TikTok. Dengan demikian, langkah-langkah ini diharapkan dapat meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha dimsum mentai di pasar yang kompetitif.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Assauri. (2008). *Pengertian strategi pemasaran*.
- Febriani, I., & Putri, R. A. (2023). Strategi Pemasaran Kewirausahaan Pada Dimsum Seceng Sukabumi Cabang Soesilo. *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 3(2), 842–849.
- Handaruwati, I. (2018). Pengaruh Media Sosial Terhadap Penjualan Produk Camilan Lokal Secara Online. *BBM (Buletin Bisnis & Manajemen)*, 3(1).
- Indonesia, I. A. (2021). *Standar akuntansi keuangan*.
- Musyawah, I. Y., & Idayanti, D. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Ibu Bagas di Kecamatan Mamuju. *Forecasting: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen*, 1(1), 1–13.
- Romdonny, J., & Rosmadi, M. L. N. (2018). Peran media sosial dalam mendukung pemasaran produk organisasi bisnis. *IKRAITH-EKONOMIKA*, 1(2), 25–30.
- Sochib. (2018). *Pendapatan merupakan aliran masuk aktiva yang timbul dari penyerahan barang atau jasa yang dilakukan oleh suatu unit usaha selama periode tertentu*.
- Tambunan, W., Sukmono, Y., & Anggreani, L. O. (2021). Analisis Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Volume Penjualan dan Daya Saing. *Jurnal Optimalisasi*, 7(1), 48–59.