

ABSTRAK

PENGARUH PEMASARAN BERBASIS DIGITAL TERHADAP PENINGKATAN DAYA JUAL PRODUK UMKM DAN KEPUASAN KONSUMEN DIWILAYAH KELURAHAN OESAPA

KOTA KUPANG

Sektor Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peran yang sangat penting dalam perekonomian suatu negara. Keberadaan UMKM memberi nilai positif pada penyerapan tenaga kerja. Masyarakat yang memiliki unskill labor intensive dapat diserap UMKM sehingga UMKM dapat mengurangi pengangguran pada level masyarakat bawah. Data Kementerian Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Indonesia menunjukkan sampai tahun 2012 tenaga kerja yang mampu diserap UKM mencapai 97,16 persen dari total jumlah angkata kerja yang mampu diserap oleh seluruh sector ekonomi. Sedangkan unit usaha yang dimiliki UKM mencapai 99,99 persen dari total unit usaha.

pemasaran digital terbukti berdampak besar terhadap banyaknya sales. Para pelaku usaha yang belum menerapkan pemasaran digital tentu semakin gulung tikar disebabkan kurangnya pelanggan Capelli dan Racat (2016) dalam Elida & Raharjo (2019) meneliti barang kosmetik sehingga mampu mengungkapkan jika uji coba melalui dunia maya (menggunakan pemasaran digital atau aplikasi) sehingga mempengaruhi kepuasan pelanggan dan niat beli. Produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan. Secara konseptual produk adalah pemahaman subyektif dari produsen atas sesuatu yang bisa.