

Peran dan strategi efektif pemasaran media sosial untuk usaha mikro, kecil dan menengah = The Role and effective strategies of social media marketing for micro, small and medium enterprises

Safira Rivani, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20481052&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Kehadiran media sosial memberikan banyak kesempatan baru salah satunya dari sisi perdagangan termasuk kegiatan pemasaran. Saat ini banyak perusahaan yang menggunakan media sosial sebagai salah satu kanal pemasaran karena berbagai kelebihannya. Salah satu jenis bisnis yang juga mengoptimalkan pemasaran media

sosial adalah Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengkaji peranan pemasaran media sosial dan strategi efektif apa saja yang dapat dilakukan oleh pemasar UMKM dalam menggunakan media sosial sebagai alat pemasaran. Penelitian dilakukan melalui studi literatur terhadap penelitian

terdahulu dengan melihat pola dan merangkumnya ke dalam temuan. Peranan pemasaran media sosial bagi UMKM dikategorikan ke dalam beberapa dimensi yaitu dari sisi biaya dan operasional pemasaran, interaktivitas, tingkat informatif konten serta word of mouth. Sementara itu strategi efektif pemasaran media sosial bagi UMKM adalah dengan memperhatikan peran pemilik UMKM, peran pemangku kepentingan serta strategi konten yang

baik.

ABSTRACT

Social media gives so many opportunities and one of them is its role for trading sector including the marketing

area. Many companies adopt social media as their marketing platform due to its advantages. One type of business which also optimizes social media marketing is Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs).

The aim of this research is to assess the role of social media marketing and effective strategies that can be implemented by the MSMEs through their social media activities. This research is conducted using literature study method to some

earlier research by seeing the scheme and summarizing the findings. The role of social media marketing for MSMEs can be categorized into some dimensions such as marketing cost and operational, interactivity, informativeness and word of mouth. Meanwhile the effective strategies of MSMEs social media marketing is to give attention to the role of MSMEs owner, the role of its stakeholder and to produce good content strategy.