

## PEMBERDAYAAN DAN KOMERSIALISASI PRODUK UNGGULAN DESA MELALUI METODE ARTIFICIAL INTELLIGENCE (AI) & INFLUENCER MARKETING BERBASIS TEKNOLOGI MODERN PADA KELOMPOK TANI DAN UMKM DI KECAMATAN SIDAMANIK

William Liang<sup>1)</sup>, Sarida Sirait<sup>2)</sup>

<sup>1</sup> Program Studi Keuangan Perbankan, Politeknik Bisnis Indonesia  
email: williamliangmurnisadar@gmail.com

<sup>2</sup> Program Studi Akuntansi, Universitas Murni Teguh PSDKU  
email: saridasrt@gmail.com

### Abstract

*The biggest problem that is always faced by farmer groups and MSMEs is the Commercialization and Utilization of technology which is very minimal in the downstream process of superior products. This is because farmers and MSME actors in the village are still very far from modern technology and business strategies. Farmers and MSME actors are only able to plant superior products such as coffee and produce downstream products using traditional methods. Their inability to commercialize their products forces them to sell their products to producers or middlemen at low prices, as a result the profits they obtain are very low from what is expected. The results of an initial survey conducted by researchers in the Farmer Group and MSMEs found that agricultural products and processed MSMEs from this District were very good and worth selling, but the limited use of technology in the management and marketing management made the downstream productivity of these coffee farmers low. MSME products from Sidamanik District are very numerous and diverse, for example processed cassava, corn, ginger, tea leaves, and coffee which are produced into packaged foods but with very minimal use of technology. To overcome this problem, researchers will create and Artificial Intelligence (AI) & Influencer Marketing methods based on Modern Technology where products will be marketed online and offline through information systems or applications specifically designed for product marketing. In addition, researchers will also use the Artificial Intelligence (AI) method in creating marketing engineering based on modern technology. The purpose of this study is to implement the Empowerment and Commercialization of Superior Village Products Through the Artificial Intelligence (AI) & Influencer Marketing Method Based on Modern Technology. If this is implemented, the productivity of farmers and MSMEs will increase because products can be marketed across provinces with the Artificial Intelligence (AI) & Influencer Marketing method.*

**Keywords:** Financial; Technology; Creative Economy

### 1. PENDAHULUAN

Seiring dengan perkembangan di era digital, teknologi informasi memberikan manfaat bagi pertumbuhan dan perkembangan bisnis. Teknologi informasi dimasa kini memiliki peran yang sangat penting dalam mendukung pertumbuhan bisnis tak terkecuali Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Penggunaan teknologi informasi pada UMKM meningkatkan pemasaran online melalui situs web, media sosial, dan e-commerce. Hal ini memperluas jangkauan pasar, meningkatkan visibilitas, dan memungkinkan pencatatan keuangan yang

efektif. Pelanggan juga dapat melakukan pembayaran secara online untuk meningkatkan penjualan. Penting untuk menyesuaikan implementasi teknologi dengan kebutuhan dan kapasitas UMKM agar dapat dimanfaatkan secara efektif.

UMKM berperan penting dalam ekonomi Indonesia, harus mengadopsi teknologi informasi untuk efisiensi operasional, akses pasar luas, dan daya saing. Kecerdasan buatan penting dalam evolusi UMKM untuk optimalisasi layanan. Integrasi UMKM, kecerdasan buatan, dan teknologi informasi membentuk ekosistem

mendukung pertumbuhan dan keberlangsungan bisnis UMKM di era digital. UMKM perlu beradaptasi dengan teknologi informasi di era digital untuk menjangkau konsumen yang semakin mengadopsi teknologi digital. Hal ini memungkinkan akses pasar yang lebih luas, efisiensi operasional, dan peningkatan layanan pelanggan. Teknologi informasi memberikan manfaat signifikan bagi pertumbuhan UMKM dengan meningkatkan efisiensi, produktivitas, dan kreativitas dalam bisnis. Teknologi informasi meliputi teknologi komputer dan komunikasi untuk pemrosesan, penyimpanan, serta penyebaran informasi.

Pemanfaatan Artificial Intelligence (AI) dalam Teknologi Informasi untuk UMKM dapat meningkatkan produktivitas, efisiensi, dan inovasi bisnis UMKM di era digital. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) adalah bentuk usaha perseorangan dengan modal tertentu. Artificial Intelligence (AI) termasuk dalam teknologi informasi dan memiliki peran penting dalam bisnis UMKM, seperti analisis data, pengambilan keputusan, pelayanan pelanggan, pengembangan produk, dan pengelolaan keuangan. AI membantu meningkatkan efisiensi, produktivitas, mengurangi biaya, dan memberikan keunggulan kompetitif.

Manfaat AI yang membantu efisiensi bisnis UMKM adalah:

1. Pemanfaatan AI dalam Meningkatkan Efisiensi Operasional

UMKM dapat memanfaatkan AI untuk meningkatkan efisiensi operasional dengan mengotomatisasi tugas-tugas rutin seperti manajemen inventaris dan pemrosesan pesanan. Contoh pemanfaatan AI adalah chatbot pelanggan yang memberikan pelayanan dan dukungan sepanjang waktu, meningkatkan efisiensi, pelayanan pelanggan, dan pengalaman pelanggan.

2. Personalisasi Pengalaman Pelanggan dan Pemasaran

AI membantu UMKM dalam mempersonalisasi pengalaman pelanggan melalui analisis data yang mendalam, sistem

rekomendasi AI meningkatkan penjualan dengan menawarkan produk yang relevan.

3. Peningkatan Inovasi dan Pengembangan Produk

Kecerdasan Buatan (AI) mendukung inovasi produk UMKM dengan analisis pasar, riset, dan desain produk yang sesuai. Pembelajaran mesin dan analisis prediktif memungkinkan ramalan tren pasar dan inovasi produk

4. Membantu marketing di era digital dalam bidang konten visual.

Penggunaan media sosial dalam pemasaran produk, layanan, dan merek dapat mencapai target pasar yang lebih luas dengan konten menarik, informatif, edukatif, atau menghibur untuk meningkatkan keterlibatan pelanggan dan membangun otoritas dalam industri.

Dengan bantuan AI dalam fotografi, bisnis dapat mengelola gambar dengan lebih efisien, meningkatkan kualitas gambar, dan mendapatkan wawasan yang lebih baik tentang kinerja gambar mereka. Semua ini dapat membantu dalam mengembangkan merek, meningkatkan penjualan, dan meningkatkan kehadiran online. Pemanfaatan Kecerdasan Buatan menjanjikan potensi besar dalam mendukung pertumbuhan dan pengembangan UMKM. Dengan memanfaatkan teknologi ini, UMKM dapat meningkatkan efisiensi operasional, memperluas pasar, dan mengakselerasi inovasi. Meskipun begitu, penting untuk diingat bahwa penggunaan AI dalam konteks UMKM harus diimbangi dengan perhatian terhadap aspek etis dan keamanan. Terbukti bahwa pemanfaatan AI dapat menjadi katalisator yang kuat dalam mengembangkan UMKM, memungkinkan mereka bersaing dalam pasar yang semakin kompleks dan dinamis. Masyarakat, pemerintah, dan sektor industry perlu bekerja sama untuk memastikan pemanfaatan AI dalam UMKM dapat berlangsung secara bertanggung jawab dan berkelanjutan. Dengan demikian, akan tercipta ekosistem yang mendukung pertumbuhan

UMKM dan kontribusi positifnya terhadap ekonomi global.

Influencer marketing adalah strategi pemasaran yang melibatkan kerja sama dengan influencer untuk mempromosikan produk, merek, atau layanan. Influencer adalah kreator digital yang memiliki pengaruh besar pada target audiens tertentu, sehingga dapat memengaruhi keputusan pembelian mereka.

Manfaat influencer marketing, antara lain:

1. Menjangkau audiens target

Influencer sering kali memiliki fokus pada ceruk pasar tertentu, sehingga dapat menjangkau audiens yang sesuai dengan demografi dan minat merek.

2. Membangun kepercayaan

Influencer dianggap sebagai sumber yang terpercaya oleh pengikutnya, sehingga dapat menumbuhkan kepercayaan calon pelanggan.

3. Meningkatkan visibilitas merek

Influencer dapat membantu mempertahankan perhatian audiens dan meningkatkan visibilitas merek.

4. Memperkaya strategi konten

Influencer dapat menyuntikkan kreativitas dan kesegaran ke dalam narasi merek.

Di tengah ketatnya persaingan saat ini, pelaku bisnis perlu menerapkan strategi yang tepat untuk mempertahankan bisnisnya. Salah satu bentuk strategi yang dapat diterapkan perusahaan adalah dengan melakukan berbagai inovasi. Inovasi ini dapat dilakukan dengan beberapa cara, salah satunya dengan menggunakan influencer dalam kegiatan pemasaran. Pemanfaatan Influencer di era digital saat ini menjadi salah satu strategi pemasaran secara online yang marak digunakan. Kehadiran influencer atau key leader opinion (KOL) seperti artis, selebgram, blogger, youtuber ini memiliki pengaruh yang kuat terhadap pengikut atau followers mereka. Berikut beberapa manfaat influencer dalam bisnis;

1. Menjadikan produk Anda pusat perhatian

Dengan banyaknya pengikut yang dimiliki oleh seorang influencer, Anda dapat meningkatkan perhatian publik terhadap produk dan jasa bisnis Anda. Pengguna media sosial dapat mempelajari lebih lanjut tentang merek Anda, cerita Anda, dan produk atau layanan yang Anda tawarkan dari influencer yang mereka ikuti.

2. Meningkatkan Kepercayaan

Melalui pengaruh influencer, Anda dapat membangun kepercayaan konsumen terhadap produk maupun jasa pada bisnis Anda. Seringkali para followers melihat apa yang influencer sedang pakai, dan kebanyakan dari mereka akan tertarik serta membeli produk bisnis Anda karena terpengaruh role model yang mereka ikuti. Memanfaatkan jasa influencer yang profesional juga dapat membantu Anda untuk menjangkau pasar lebih cepat. Ini karena influencer telah membangun hubungan, kepercayaan, dan kredibilitas dengan pengikut mereka. Influencer peka terhadap kebutuhan pengikut dan penggemar mereka sehingga dapat dengan mudah membuat konten yang juga akan menawarkan nilai bagi target konsumen Anda. Sehingga ada engagement dan menumbuhkan rasa kepercayaan terhadap merek Anda.

3. Menjangkau lebih banyak konsumen

Di era digital saat ini influencer tak ubahnya sebagai creator yang memberikan konten dan menawarkan solusi atas suatu masalah, sehingga menstimulasi emosi audiens Anda. Influencer marketing akan membuat merek Anda dipromosikan setiap hari di berbagai saluran kanal sosial media mereka. Konten yang dibuat oleh influencer mampu menjangkau lebih banyak konsumen karena produk Anda menjadi semakin populer karena konten mereka.

4. Meningkatkan brand awareness

Manfaat utama influencer marketing adalah membangun brand awareness. Kontribusi yang dibuat oleh influencer dalam menumbuhkan kesadaran merek (brand awareness) Anda dengan lebih mudah dan lebih menonjol dari kompetitor. Bahkan jika Anda mampu bekerja sama dengan influencer yang dapat menggerakkan emosi dan

dekat dengan audiens setianya, mereka akan lebih cepat terpengaruhi bahwa merek Anda adalah pemimpin di industri Anda. Jika ingin memanfaatkan pengaruh influencer dalam aktivitas pemasaran, Anda harus memperhatikan beberapa hal dalam memilih influencer yang tepat. Berikut beberapa cara memilih influencer yang tepat adalah:

#### 5. Jeli melihat pengikut

Saat ini, ada banyak influencer yang bisa ditemui, dan setiap influencer memiliki keunggulan masing-masing dalam mempromosikan suatu produk. Akan tetapi untuk memilih influencer ada baiknya Anda perhatikan jumlah pengikut yang dimilikinya. Ini karena semakin banyak jumlah pengikut maka akan semakin banyak pula jangkauan audiensnya.

#### 6. Pilih yang sesuai dengan personality bisnis Anda

Dengan pilihan sosial media yang beragam saat ini, influencer juga dapat Anda pilih sesuai dengan klasifikasi yang Anda butuhkan, seperti berdasarkan lifestyle, F&B, dan lain sebagainya. Pilih influencer yang sesuai dengan persona bisnis Anda. Influencer yang relevan dengan produk atau brand Anda, akan lebih mudah menjangkau audiens yang relevan.

#### 7. Persentase Engagement

Fungsi engagement rate biasanya digunakan untuk menunjukkan bagaimana respon audiens terhadap konten yang diunggah oleh influencer. Engagement rate ini penting guna mengukur keberhasilan konten yang dibagikan oleh influencer yang mereka ikuti. Anda dapat memilih influencer yang memiliki keterlibatan audiens, salah satunya dengan memperhatikan jumlah like atau komentar di setiap unggahan. Selain itu, Anda juga bisa melihat apakah influencer sering membalas komentar audiensnya. Apabila hal ini dilakukan, dapat dipastikan influencer tersebut memiliki engagement yang baik dan meningkatkan hubungan yang baik dengan audiensnya.

#### 8. Reputasi influencer

Apabila Anda memilih seorang influencer, perhatikan konten-konten yang telah

mereka buat dan cari tahu informasi tentang reputasi influencer tersebut di mata masyarakat. Influencer yang memiliki reputasi yang baik di publik, akan dianggap memiliki potensi mempengaruhi orang lain lebih baik. Itu tadi beberapa informasi mengenai influencer yang perlu Anda pertimbangkan dalam menunjang bisnis Anda. Era digital saat ini, bekerja sama dengan influencer menjadi sebuah pilihan strategi marketing yang menguntungkan untuk menjangkau audiens yang lebih banyak.

Jika Anda masih ragu untuk berkolaborasi dengan seorang influencer, maka manfaat pemasaran influencer yang kurang diketahui berikut ini akan meyakinkan Anda untuk memasukkan taktik tersebut dalam strategi pemasaran digital Anda.

#### Manfaat Influencer Marketing bagi pemasaran produk UMKM

##### 1. Dapatkan Pelanggan yang Lebih Baik

Strategi ini tidak hanya menarik pelanggan biasa; tetapi juga menarik mereka yang lebih sejalan dengan nilai dan penawaran merek, yang mengarah pada kualitas keterlibatan pelanggan yang lebih tinggi. Pelanggan ini, yang sering kali dibina melalui kepercayaan dan keaslian yang dibangun oleh para influencer, tidak hanya melakukan pembelian impulsif tetapi juga membentuk hubungan yang lebih dalam dengan merek. Hubungan ini secara signifikan meningkatkan kemungkinan mereka menjadi pembeli berulang, faktor penting untuk pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan. Selain itu, pelanggan ini cenderung memiliki nilai seumur hidup yang lebih tinggi. Mereka tidak hanya cenderung melakukan pembelian ulang tetapi juga menjadi pendukung merek. Rekomendasi mereka kepada teman dan keluarga bisa sangat kuat, yang pada dasarnya berfungsi sebagai dukungan organik tanpa bayaran untuk merek tersebut. Pemasaran dari mulut ke mulut ini sangat berharga, karena disertai dengan tingkat kepercayaan yang tidak dapat dicapai melalui iklan tradisional.

2. Berikut ini contoh penerapannya pada industri kecantikan:

Merek perawatan kulit dapat berkolaborasi dengan influencer yang dikenal karena keahliannya dalam perawatan kulit untuk menarik pelanggan yang benar-benar tertarik pada produk perawatan kulit berkualitas. Pelanggan ini, yang telah mengikuti perjalanan influencer dan memercayai rekomendasinya, cenderung lebih menghargai nilai produk dan terus menggunakannya, serta merekomendasikannya di lingkungan mereka. Keselarasan influencer-merek ini tidak hanya meningkatkan penjualan langsung tetapi juga membangun basis pelanggan setia yang percaya pada etos dan khasiat produk merek, yang mencerminkan manfaatnya secara luas.

## 2. Diversifikasi Audiens Anda

Diversifikasi audiens Anda merupakan keuntungan signifikan dari pemasaran influencer, yang menawarkan peluang untuk menjangkau segmen pasar baru yang mungkin belum tersentuh atau kurang terwakili dalam strategi pemasaran Anda saat ini. Influencer, dengan pengikut yang beragam, dapat memperkenalkan merek Anda ke berbagai demografi, gaya hidup, dan kelompok minat. Perluasan ini bukan hanya tentang peningkatan jumlah; ini tentang memperkaya jangkauan merek Anda dengan berbagai perspektif dan calon pelanggan. Strategi ini sangat efektif saat meluncurkan produk atau layanan baru yang melayani berbagai profil pelanggan, atau saat mengubah citra merek agar selaras dengan tren pasar yang berubah. Dengan berkolaborasi dengan para influencer yang memiliki pengaruh kuat di segmen target baru ini, Anda dapat secara efektif memposisikan merek Anda di hadapan audiens yang relevan dan reseptif.

## 3. Meningkatkan Keterlibatan

Manfaat pemasaran influencer juga mencakup peningkatan keterlibatan, yang merupakan faktor penting KPI pemasaran influencer. Ketika influencer membagikan atau mendukung konten Anda, konten tersebut tidak hanya menjangkau audiens yang lebih luas tetapi juga disertai dengan tingkat kepercayaan dan kredibilitas yang sudah terbentuk. Pengikut

mereka, yang sudah terlibat dan berinvestasi dalam konten influencer, lebih cenderung berinteraksi dengan merek Anda, yang mengarah pada peningkatan like, komentar, dan share. Tingkat keterlibatan yang lebih tinggi ini sangat penting untuk memperkuat pesan merek Anda dan meningkatkan kehadiran online-nya. Selain itu, konten yang dibagikan oleh para influencer sering kali tampak lebih autentik dan relevan, sehingga lebih mungkin diterima oleh audiens mereka. Keaslian ini menjadi kunci dalam lanskap digital saat ini, di mana konsumen dibanjiri konten dan menjadi semakin selektif tentang apa yang mereka percayai dan sukai.

## 4. Memperkuat Kepercayaan dan Loyalitas

Influencer yang secara konsisten memberikan konten yang autentik dan berharga kepada audiens mereka menciptakan landasan kepercayaan dan loyalitas, tidak hanya terhadap diri mereka sendiri tetapi juga terhadap merek yang mereka dukung. Ketika Anda membangun hubungan yang kuat dan jangka panjang dengan seorang influencer, kepercayaan mereka yang tulus terhadap produk atau layanan Anda akan terlihat jelas oleh audiens mereka. Keaslian ini penting dalam mengalihkan kepercayaan pengikut mereka kepada merek produk. Dampak dari kepercayaan ini sangat besar. Pengikut influencer bukan hanya konsumen pasif; mereka adalah peserta aktif yang menghargai pendapat influencer. Ketika seorang influencer yang mereka percaya merekomendasikan suatu produk atau layanan, para pengikut ini cenderung menganggap serius dukungan tersebut, yang mengarah pada tingkat konversi yang lebih tinggi.

## 5. Meningkatkan ROI

Faktanya, statistik menunjukkan bahwa pemasaran influencer memberikan keuntungan yang besar. Rata-rata, ROI pemasaran influencer adalah 1x lebih besar dari jenis pemasaran digital lainnya seperti iklan banner. Hal ini membuatnya jauh lebih berharga daripada taktik pemasaran tradisional lainnya. ROI yang tinggi dari pemasaran influencer berasal dari berbagai

faktor, termasuk peningkatan visibilitas merek, tingkat keterlibatan yang lebih tinggi, dan kepercayaan yang dibangun influencer dengan audiens mereka . Elemen-elemen ini berkontribusi pada konversi yang lebih efektif , mulai dari peningkatan lalu lintas situs web hingga peningkatan penjualan, yang semuanya penting untuk laba bersih yang sehat.

#### 6. Meningkatkan Penceritaan Merek

Pemasaran influencer dapat menambahkan sentuhan unik dan personal pada narasi merek Anda . Hal ini karena influencer pada dasarnya adalah pendongeng , dan saat mereka membagikan cerita atau pesan merek Anda melalui lensa mereka, hal itu akan lebih berkesan bagi audiens mereka . Pendekatan penceritaan yang dipersonalisasi ini sering kali menghasilkan hubungan emosional yang lebih dalam antara konsumen dan merek Anda , yang dapat berperan penting dalam membangun identitas merek yang kuat . Selain itu, strategi ini sangat efektif dalam mempromosikan merek Anda , membuatnya lebih relevan dan mudah diingat di mata calon pelanggan .

Terakhir, melibatkan influencer dapat mempercepat proses penerimaan umpan balik pasar . Influencer sering kali memiliki audiens yang sangat terlibat yang tidak malu menyuarakan pendapat mereka . Dengan berkolaborasi dengan influencer, Anda dapat memperoleh wawasan berharga tentang bagaimana produk atau layanan Anda dipersepsikan di pasar . Umpan balik langsung ini dapat menjadi krusial untuk inovasi dan peningkatan yang cepat yang memungkinkan Anda menyempurnakan penawaran Anda dengan cara yang lebih memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan . Selain itu, influencer dapat menjadi penting dalam menguji konsep atau produk baru , menyediakan tempat pengujian dunia nyata yang dapat menginformasikan strategi bisnis dan pengembangan produk di masa mendatang.

Pada akhirnya, umpan balik langsung dan cepat ini memungkinkan perusahaan untuk membuat perbaikan berulang atau strategi pivot

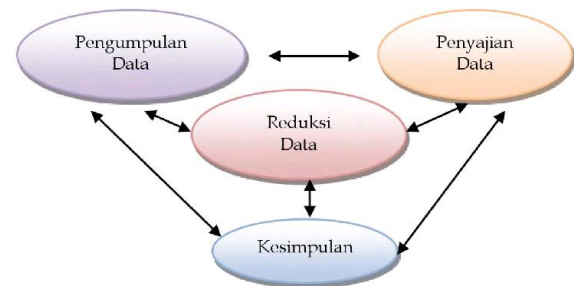
lebih cepat, memastikan bahwa produk akhir lebih sesuai dengan harapan konsumen dan permintaan pasar. Pendekatan ini tidak hanya meningkatkan pengembangan produk tetapi juga memperkuat inovasi yang berpusat pada pelanggan, pendorong utama dalam lingkungan pasar yang bergerak cepat saat ini.

## 2. METODE PENELITIAN

### Jenis Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan 2 pendekatan, yaitu pendekatan kualitatif deskriptif dan perancangan model teknologi pemasaran dengan metode *Artificial Intelligence (AI) & Influencer Marketing*. Sebelum model dibangun, terlebih dahulu dilakukan analisis kebutuhan sistem. Analisis ini dilakukan dengan pendekatan kualitatif. Dalam pendekatan ini Peneliti sendiri adalah instrumen penelitiannya. Tahapan penelitian mulai dari reduksi data, display data, verifikasi/penarikan kesimpulan.

#### Gambar 4. Alur Penelitian Kualitatif



### Sampel dan sumber data

Sampel dan sumber data diperoleh langsung dari hasil survey dan observasi ke lapangan dimana perangkat desa, pelaku usaha, masyarakat petani, dan semua pihak yang ditemui di Kecamatan Sidamanik.

### Teknik Analisis

Teknik analisis yang dilakukan adalah analisis kualitatif dan perancangan. Pengolahan data dilakukan dengan pendekatan kualitatif. Perancangan sistem dilakukan berbasis komputer. Sistem yang akan dirancang akan sesuai dengan model hasil analisis yang

mendalam terkait kebutuhan pengguna. Dalam hal perancangan model ini terlebih dahulu dilakukan analisis kebutuhan sistem, lalu dilakukan perancangan desain/model pemasaran berbasis teknologi. Semua aktivitas perancangan sistem ini dilakukan dengan pemrograman komputer oleh tim penelitian.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pemanfaatan Artificial Intelligence (AI) dalam Teknologi Informasi untuk UMKM dapat meningkatkan produktivitas, efisiensi, dan inovasi bisnis UMKM di era digital. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) adalah bentuk usaha perseorangan dengan modal tertentu. Artificial Intelligence (AI) termasuk dalam teknologi informasi dan memiliki peran penting dalam bisnis UMKM, seperti analisis data, pengambilan keputusan, pelayanan pelanggan, pengembangan produk, dan pengelolaan keuangan. AI membantu meningkatkan efisiensi, produktivitas, mengurangi biaya, dan memberikan keunggulan kompetitif.

Manfaat AI yang membantu efisiensi bisnis UMKM adalah:

#### 1. Pemanfaatan AI dalam Meningkatkan Efisiensi Operasional

UMKM dapat memanfaatkan AI untuk meningkatkan efisiensi operasional dengan mengotomatisasi tugas-tugas rutin seperti manajemen inventaris dan pemrosesan pesanan. Contoh pemanfaatan AI adalah chatbot pelanggan yang memberikan pelayanan dan dukungan sepanjang waktu, meningkatkan efisiensi, pelayanan pelanggan, dan pengalaman pelanggan.

#### 2. Personalisasi Pengalaman Pelanggan dan Pemasaran

AI membantu UMKM dalam mempersonalisasi pengalaman pelanggan melalui analisis data yang mendalam, sistem rekomendasi AI meningkatkan penjualan dengan menawarkan produk yang relevan.

#### 3. Peningkatan Inovasi dan Pengembangan Produk

Kecerdasan Buatan (AI) mendukung inovasi produk UMKM dengan analisis pasar, riset, dan desain produk yang sesuai. Pembelajaran mesin dan analisis prediktif memungkinkan ramalan tren pasar dan inovasi produk

#### 4. Membantu marketing di era digital dalam bidang konten visual.

Penggunaan media sosial dalam pemasaran produk, layanan, dan merek dapat mencapai target pasar yang lebih luas dengan konten menarik, informatif, edukatif, atau menghibur untuk meningkatkan keterlibatan pelanggan dan membangun otoritas dalam industri.

Dengan bantuan AI dalam fotografi, bisnis dapat mengelola gambar dengan lebih efisien, meningkatkan kualitas gambar, dan mendapatkan wawasan yang lebih baik tentang kinerja gambar mereka. Semua ini dapat membantu dalam mengembangkan merek, meningkatkan penjualan, dan meningkatkan kehadiran online. Pemanfaatan Kecerdasan Buatan menjanjikan potensi besar dalam mendukung pertumbuhan dan pengembangan UMKM. Dengan memanfaatkan teknologi ini, UMKM dapat meningkatkan efisiensi operasional, memperluas pasar, dan mengakselerasi inovasi. Meskipun begitu, penting untuk diingat bahwa penggunaan AI dalam konteks UMKM harus diimbangi dengan perhatian terhadap aspek etis dan keamanan. Terbukti bahwa pemanfaatan AI dapat menjadi katalisator yang kuat dalam mengembangkan UMKM, memungkinkan mereka bersaing dalam pasar yang semakin kompleks dan dinamis. Masyarakat, pemerintah, dan sektor industry perlu bekerja sama untuk memastikan pemanfaatan AI dalam UMKM dapat berlangsung secara bertanggung jawab dan berkelanjutan. Dengan demikian, akan tercipta ekosistem yang mendukung pertumbuhan UMKM dan kontribusi positifnya terhadap ekonomi global.

Influencer marketing adalah strategi pemasaran yang melibatkan kerja sama dengan

influencer untuk mempromosikan produk, merek, atau layanan. Influencer adalah kreator digital yang memiliki pengaruh besar pada target audiens tertentu, sehingga dapat memengaruhi keputusan pembelian mereka.

Manfaat influencer marketing, antara lain:

1. Menjangkau audiens target

Influencer sering kali memiliki fokus pada ceruk pasar tertentu, sehingga dapat menjangkau audiens yang sesuai dengan demografi dan minat merek.

2. Membangun kepercayaan

Influencer dianggap sebagai sumber yang terpercaya oleh pengikutnya, sehingga dapat menumbuhkan kepercayaan calon pelanggan.

3. Meningkatkan visibilitas merek

Influencer dapat membantu mempertahankan perhatian audiens dan meningkatkan visibilitas merek.

4. Memperkaya strategi konten

Influencer dapat menyuntikkan kreativitas dan kesegaran ke dalam narasi merek.

Di tengah ketatnya persaingan saat ini, pelaku bisnis perlu menerapkan strategi yang tepat untuk mempertahankan bisnisnya. Salah satu bentuk strategi yang dapat diterapkan perusahaan adalah dengan melakukan berbagai inovasi. Inovasi ini dapat dilakukan dengan beberapa cara, salah satunya dengan menggunakan influencer dalam kegiatan pemasaran. Pemanfaatan Influencer di era digital saat ini menjadi salah satu strategi pemasaran secara online yang marak digunakan. Kehadiran influencer atau key leader opinion (KOL) seperti artis, selebgram, blogger, youtuber ini memiliki pengaruh yang kuat terhadap pengikut atau followers mereka. Berikut beberapa manfaat influencer dalam bisnis;

1. Menjadikan produk Anda pusat perhatian

Dengan banyaknya pengikut yang dimiliki oleh seorang influencer, Anda dapat meningkatkan perhatian publik terhadap produk dan jasa bisnis Anda. Pengguna media sosial

dapat mempelajari lebih lanjut tentang merek Anda, cerita Anda, dan produk atau layanan yang Anda tawarkan dari influencer yang mereka ikuti.

2. Meningkatkan Kepercayaan

Melalui pengaruh influencer, Anda dapat membangun kepercayaan konsumen terhadap produk maupun jasa pada bisnis Anda. Seringkali para followers melihat apa yang influencer sedang pakai, dan kebanyakan dari mereka akan tertarik serta membeli produk bisnis Anda karena terpengaruh role model yang mereka ikuti. Memanfaatkan jasa influencer yang profesional juga dapat membantu Anda untuk menjangkau pasar lebih cepat. Ini karena influencer telah membangun hubungan, kepercayaan, dan kredibilitas dengan pengikut mereka. Influencer peka terhadap kebutuhan pengikut dan penggemar mereka sehingga dapat dengan mudah membuat konten yang juga akan menawarkan nilai bagi target konsumen Anda. Sehingga ada engagement dan menumbuhkan rasa kepercayaan terhadap merek Anda.

3. Menjangkau lebih banyak konsumen

Di era digital saat ini influencer tak ubahnya sebagai creator yang memberikan konten dan menawarkan solusi atas suatu masalah, sehingga menstimulasi emosi audiens Anda. Influencer marketing akan membuat merek Anda dipromosikan setiap hari di berbagai saluran kanal sosial media mereka. Konten yang dibuat oleh influencer mampu menjangkau lebih banyak konsumen karena produk Anda menjadi semakin populer karena konten mereka.

4. Meningkatkan brand awareness

Manfaat utama influencer marketing adalah membangun brand awareness. Kontribusi yang dibuat oleh influencer dalam menumbuhkan kesadaran merek (brand awareness) Anda dengan lebih mudah dan lebih menonjol dari kompetitor. Bahkan jika Anda mampu bekerja sama dengan influencer yang dapat menggerakkan emosi dan dekat dengan audiens setianya, mereka akan lebih cepat terpengaruh bahwa merek Anda adalah pemimpin di industri Anda. Jika ingin memanfaatkan pengaruh influencer dalam



aktivitas pemasaran, Anda harus memperhatikan beberapa hal dalam memilih influencer yang tepat. Berikut beberapa cara memilih influencer yang tepat adalah:

5. Jeli melihat pengikut

Saat ini, ada banyak influencer yang bisa ditemui, dan setiap influencer memiliki keunggulan masing-masing dalam mempromosikan suatu produk. Akan tetapi untuk memilih influencer ada baiknya Anda perhatikan jumlah pengikut yang dimilikinya. Ini karena semakin banyak jumlah pengikut maka akan semakin banyak pula jangkauan audiensnya.

6. Pilih yang sesuai dengan personality bisnis Anda

Dengan pilihan sosial media yang beragam saat ini, influencer juga dapat Anda pilih sesuai dengan klasifikasi yang Anda butuhkan, seperti berdasarkan lifestyle, F&B, dan lain sebagainya. Pilih influencer yang sesuai dengan persona bisnis Anda. Influencer yang relevan dengan produk atau brand Anda, akan lebih mudah menjangkau audiens yang relevan.

7. Persentase Engagement

Fungsi engagement rate biasanya digunakan untuk menunjukkan bagaimana respon audiens terhadap konten yang diunggah oleh influencer. Engagement rate ini penting guna mengukur keberhasilan konten yang dibagikan oleh influencer yang mereka ikuti. Anda dapat memilih influencer yang memiliki keterlibatan audiens, salah satunya dengan memperhatikan jumlah like atau komentar di setiap unggahan. Selain itu, Anda juga bisa melihat apakah influencer sering membalas komentar audiensnya. Apabila hal ini dilakukan, dapat dipastikan influencer tersebut memiliki engagement yang baik dan meningkatkan hubungan yang baik dengan audiensnya.

8. Reputasi influencer

Apabila Anda memilih seorang influencer, perhatikan konten-konten yang telah mereka buat dan cari tahu informasi tentang reputasi influencer tersebut di mata masyarakat. Influencer yang memiliki reputasi yang baik di publik, akan dianggap memiliki potensi

mempengaruhi orang lain lebih baik. Itu tadi beberapa informasi mengenai influencer yang perlu Anda pertimbangkan dalam menunjang bisnis Anda. Era digital saat ini, bekerja sama dengan influencer menjadi sebuah pilihan strategi marketing yang menguntungkan untuk menjangkau audiens yang lebih banyak.

Jika Anda masih ragu untuk berkolaborasi dengan seorang influencer, maka manfaat pemasaran influencer yang kurang diketahui berikut ini akan meyakinkan Anda untuk memasukkan taktik tersebut dalam strategi pemasaran digital Anda.

Manfaat Influencer Marketing bagi pemasaran produk UMKM

1. Dapatkan Pelanggan yang Lebih Baik

Strategi ini tidak hanya menarik pelanggan biasa; tetapi juga menarik mereka yang lebih sejalan dengan nilai dan penawaran merek, yang mengarah pada kualitas keterlibatan pelanggan yang lebih tinggi. Pelanggan ini, yang sering kali dibina melalui kepercayaan dan keaslian yang dibangun oleh para influencer, tidak hanya melakukan pembelian impulsif tetapi juga membentuk hubungan yang lebih dalam dengan merek. Hubungan ini secara signifikan meningkatkan kemungkinan mereka menjadi pembeli berulang, faktor penting untuk pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan. Selain itu, pelanggan ini cenderung memiliki nilai seumur hidup yang lebih tinggi. Mereka tidak hanya cenderung melakukan pembelian ulang tetapi juga menjadi pendukung merek. Rekomendasi mereka kepada teman dan keluarga bisa sangat kuat, yang pada dasarnya berfungsi sebagai dukungan organik tanpa bayaran untuk merek tersebut. Pemasaran dari mulut ke mulut ini sangat berharga, karena disertai dengan tingkat kepercayaan yang tidak dapat dicapai melalui iklan tradisional.

2. Berikut ini contoh penerapannya pada industri kecantikan:

Merek perawatan kulit dapat berkolaborasi dengan influencer yang dikenal karena keahliannya dalam perawatan kulit untuk menarik pelanggan yang benar-benar tertarik

pada produk perawatan kulit berkualitas . Pelanggan ini, yang telah mengikuti perjalanan influencer dan memercayai rekomendasinya, cenderung lebih menghargai nilai produk dan terus menggunakannya, serta merekomendasikannya di lingkungan mereka . Keselarasan influencer-merek ini tidak hanya meningkatkan penjualan langsung tetapi juga membangun basis pelanggan setia yang percaya pada etos dan khasiat produk merek, yang mencerminkan manfaatnya secara luas .

## 2. Diversifikasi Audiens Anda

Diversifikasi audiens Anda merupakan keuntungan signifikan dari pemasaran influencer , yang menawarkan peluang untuk menjangkau segmen pasar baru yang mungkin belum tersentuh atau kurang terwakili dalam strategi pemasaran Anda saat ini . Influencer, dengan pengikut yang beragam, dapat memperkenalkan merek Anda ke berbagai demografi, gaya hidup, dan kelompok minat . Perluasan ini bukan hanya tentang peningkatan jumlah; ini tentang memperkaya jangkauan merek Anda dengan berbagai perspektif dan calon pelanggan. Strategi ini sangat efektif saat meluncurkan produk atau layanan baru yang melayani berbagai profil pelanggan , atau saat mengubah citra merek agar selaras dengan tren pasar yang berubah . Dengan berkolaborasi dengan para influencer yang memiliki pengaruh kuat di segmen target baru ini, Anda dapat secara efektif memposisikan merek Anda di hadapan audiens yang relevan dan reseptif .

## 3. Meningkatkan Keterlibatan

Manfaat pemasaran influencer juga mencakup peningkatan keterlibatan , yang merupakan faktor penting KPI pemasaran influencer. Ketika influencer membagikan atau mendukung konten Anda, konten tersebut tidak hanya menjangkau audiens yang lebih luas tetapi juga disertai dengan tingkat kepercayaan dan kredibilitas yang sudah terbentuk . Pengikut mereka, yang sudah terlibat dan berinvestasi dalam konten influencer , lebih cenderung berinteraksi dengan merek Anda, yang mengarah pada peningkatan like, komentar, dan share.

Tingkat keterlibatan yang lebih tinggi ini sangat penting untuk memperkuat pesan merek Anda dan meningkatkan kehadiran online-nya. Selain itu, konten yang dibagikan oleh para influencer sering kali tampak lebih autentik dan relevan , sehingga lebih mungkin diterima oleh audiens mereka . Keaslian ini menjadi kunci dalam lanskap digital saat ini, di mana konsumen dibanjiri konten dan menjadi semakin selektif tentang apa yang mereka percayai dan sukai.

## 4. Memperkuat Kepercayaan dan Loyalitas

Influencer yang secara konsisten memberikan konten yang autentik dan berharga kepada audiens mereka menciptakan landasan kepercayaan dan loyalitas , tidak hanya terhadap diri mereka sendiri tetapi juga terhadap merek yang mereka dukung . Ketika Anda membangun hubungan yang kuat dan jangka panjang dengan seorang influencer, kepercayaan mereka yang tulus terhadap produk atau layanan Anda akan terlihat jelas oleh audiens mereka. Keaslian ini penting dalam mengalihkan kepercayaan pengikut mereka kepada merek produk. Dampak dari kepercayaan ini sangat besar . Pengikut influencer bukan hanya konsumen pasif; mereka adalah peserta aktif yang menghargai pendapat influencer . Ketika seorang influencer yang mereka percaya merekomendasikan suatu produk atau layanan, para pengikut ini cenderung menganggap serius dukungan tersebut , yang mengarah pada tingkat konversi yang lebih tinggi .

## 5. Meningkatkan ROI

Faktanya, statistik menunjukkan bahwa pemasaran influencer memberikan keuntungan yang besar. Rata-rata, ROI pemasaran influencer adalah 1x lebih besar dari jenis pemasaran digital lainnya seperti iklan banner . Hal ini membuatnya jauh lebih berharga daripada taktik pemasaran tradisional lainnya. ROI yang tinggi dari pemasaran influencer berasal dari berbagai faktor, termasuk peningkatan visibilitas merek, tingkat keterlibatan yang lebih tinggi, dan kepercayaan yang dibangun influencer dengan audiens mereka . Elemen-elemen ini

berkontribusi pada konversi yang lebih efektif, mulai dari peningkatan lalu lintas situs web hingga peningkatan penjualan, yang semuanya penting untuk laba bersih yang sehat.

#### 6. Meningkatkan Penceritaan Merek

Pemasaran influencer dapat menambahkan sentuhan unik dan personal pada narasi merek Anda. Hal ini karena influencer pada dasarnya adalah pendongeng, dan saat mereka membagikan cerita atau pesan merek Anda melalui lensa mereka, hal itu akan lebih berkesan bagi audiens mereka. Pendekatan penceritaan yang dipersonalisasi ini sering kali menghasilkan hubungan emosional yang lebih dalam antara konsumen dan merek Anda, yang dapat berperan penting dalam membangun identitas merek yang kuat. Selain itu, strategi ini sangat efektif dalam mempromosikan merek Anda, membuatnya lebih relevan dan mudah diingat di mata calon pelanggan.

Terakhir, melibatkan influencer dapat mempercepat proses penerimaan umpan balik pasar. Influencer sering kali memiliki audiens yang sangat terlibat yang tidak malu menyuarakan pendapat mereka. Dengan berkolaborasi dengan influencer, Anda dapat memperoleh wawasan berharga tentang bagaimana produk atau layanan Anda dipersepsikan di pasar. Umpan balik langsung ini dapat menjadi krusial untuk inovasi dan peningkatan yang cepat yang memungkinkan Anda menyempurnakan penawaran Anda dengan cara yang lebih memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan. Selain itu, influencer dapat menjadi penting dalam menguji konsep atau produk baru, menyediakan tempat pengujian dunia nyata yang dapat menginformasikan strategi bisnis dan pengembangan produk di masa mendatang.

Pada akhirnya, umpan balik langsung dan cepat ini memungkinkan perusahaan untuk membuat perbaikan berulang atau strategi pivot lebih cepat, memastikan bahwa produk akhir lebih sesuai dengan harapan konsumen dan permintaan pasar. Pendekatan ini tidak hanya meningkatkan pengembangan produk tetapi juga

memperkuat inovasi yang berpusat pada pelanggan, pendorong utama dalam lingkungan pasar yang bergerak cepat saat ini

#### 5. UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Bapak/Ibu Pimpinan Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Riset, dan Teknologi, Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi yang telah memberikan kesempatan kepada penulis sebagai penerima dana hibah penelitian tahun 2024 ini.

#### 6. REFERENSI

- [1] Riyoko S, Lofian B. MODEL PENGEMBANGAN STRATEGI PEMASARAN BERBASIS TEKNOLOGI INFORMASI DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING UMKM DI JEPARA. *E-Mabis J Ekon Manaj dan Bisnis*. 2020;21(2):113–20.
- [2] Darung F, Kristinae V. Arsitektur Strategi Bisnis Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Ukm Makanan Kecil Pada Masa Covid-19 Di Kalimantan Tengah. *Media Bina Ilm*. 2020;15(1):3815–22.
- [3] Fitriyani I, Sudiyarti N, Fietroh MN. Strategi manajemen bisnis pasca pandemi covid-19. *Indones J Soc Sci Humanit*. 2020;1(2):87–95.
- [4] Kumar P, Dwivedi YK, Anand A. Responsible artificial intelligence (AI) for value formation and market performance in healthcare: The mediating role of patient's cognitive engagement. *Inf Syst Front*. 2023;25(6):2197–220.
- [5] Ginting A, Lioe S, Widjaja S. Hubungan Teknologi, Manfaat Strategis dan Nilai dalam Konteks Berbasis Perspektif Ekosistem Layanan Peran Kepribadian Sebagai Variabel Moderator. *Kaji Brand Indones Vo2*. 2020;(2).
- [6] PENG LYAW, LUAN WSU, AYUB AFM, LING WSHU. Hubungan di antara Strategi Pembelajaran dengan Literasi Teknologi Maklumat dan Komunikasi Pelajar

- Prasiswazah. *Malaysian J Educ.* 2020;45(1).
- [7]Awali H. Urgensi Pemanfaatan E-Marketing Pada Keberlangsungan Umkm Di Kota Pekalongan Di Tengah Dampak Covid-19. *Balanc J Ekon dan Bisnis Islam.* 2020;2(1):1–14.
- [8]Sulaksono J. Peranan digital marketing bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (umkm) desa tales kabupaten kediri. *Gener J.* 2020;4(1):41–7.
- [9]Mukhsin M. Peranan Teknologi Informasi dan Komunikasi Menerapkan Sistem Informasi Desa dalam Publikasi Informasi Desa di Era Globalisasi. *Teknokom.* 2020;3(1):7–15.
- [10]Rivaldo Y, Yusman E, Sidik M, others. PELATIHAN STRATEGI DAYA SAING USAHA DALAM PERSPEKTIF EKONOMI, PENDIDIKAN DAN PSIKOLOGI KEPADA MAHASISWI INSTITUT AGAMA ISLAM ABDULLAH SAID BATAM. *J AL TAMADDUN BATAM.* 2021;1(1):13–6.
- [11]Kasma U. Perencanaan Strategis Sistem Informasi Untuk Meningkatkan Persaingan Kompetitif. *CSRID (Computer Sci Res Its Dev Journal).* 2021;11(3):149–57.
- [12]Rosmadi MLN. Penerapan Strategi Bisnis di Masa Pandemi Covid-19. *IKRA-ITH Ekon.* 2021;4(1):122–7.
- [13]Excelina D, Astuti P, Mufti A. Perancangan Sistem Informasi Penjualan pada PT Royal Agung Berdikari. *J Ris dan Apl Mhs Inform.* 2021;2(02).
- [14]Purba MM. Pemanfaatan Teknologi Informasi Dalam Bidang Industri Otomotif. *JSI (Jurnal Sist Informasi) Univ Suryadarma.* 2019;6(1):160–70.
- [15]Mukhsin M. Manfaat Penerapan Marketing Online (Menggunakan E-commerce Dan Media Sosial) Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM). *Teknokom.* 2019;2(1):1–10.
- [16]Utama ID. Analisis strategi pemasaran pada usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) pada era digital di Kota Bandung. *Equilib J Ilm Ekon dan Pembelajarannya.* 2019;7(1):1–10.
- [17]Hayu RS. Smart Digital Content Marketing, Strategi Membidik Konsumen Millennial Indonesia. *J Manaj dan Kewirausahaan.* 2019;4(1):61–9.
- [18]Lewandowski D, Sünkler S, Yagci N. The influence of search engine optimization on Google’s results: A multi-dimensional approach for detecting SEO. In: *13th ACM Web Science Conference 2021.* 2021. p. 12–20.
- [19]Lou C, Xie Q. Something social, something entertaining? How digital content marketing augments consumer experience and brand loyalty. *Int J Advert.* 2021;40(3):376–402.
- [20]Mulyantomo E, Sulistyawati AI, Triyani D. Pelatihan Pemasaran Online Dan Digital Branding Dimasa Pandemi Covid-19 Bagi Pelaku UMKM di Desa Tegalarum Kecamatan Mranggen Kabupaten Demak. *TEMATIK.* 2021;3(2).dst.