



## **INTISARI**

### **PERUMUSAN RENCANA PEMASARAN DI UMKM AQIQAH RAYA**

**Monica Willia Hapsari**  
18/432814/PEK/24080

Disaat para pemain bisnis aqiqah memiliki kecenderungan peningkatan penjualan, UMKM Aqiqah Raya cenderung stabil dan bahkan sempat mengalami penurunan. UMKM Aqiqah Raya menjalankan bisnis dengan kemitraan, sebab produk dari Aqiqah Raya memanfaatkan aset dalam hal penyedia hewan kambing, jasa pemotongan, dan jasa memasak ke lembaga aqiqah lainnya. Saat ini kegiatan pemasaran dari UMKM Aqiqah Raya memiliki fokus terhadap memanfaatkan platform digital. Ketidadaan rencana pemasaran untuk menjalankan strategi melalui platform digital dapat berakibat pada kekeliruan positioning, membengkaknya biaya iklan digital, pemilihan kanal media sosial yang kurang tepat, penentuan harga yang ditawarkan kepada konsumen, kurang sesuai, dan menciptakan konten pemasaran yang tidak sesuai dengan audiens di platform digital. Maka dari itu penelitian ini bertujuan untuk melakukan perumusan rencana pemasaran bagi UMKM Aqiqah Raya yang dapat digunakan sebagai acuan yang tepat dalam mengembangkan kegiatan pemasarannya.

Penelitian ini bertujuan untuk melakukan perumusan rencana pemasaran untuk UMKM Aqiqah Raya, sehingga Aqiqah Raya dapat memiliki acuan yang tepat dalam mengembangkan kegiatan pemasarannya. Metode penelitian untuk studi ini menggunakan kualitatif deskriptif, dan menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer didapatkan dengan cara wawancara mendalam, observasi, dan survey kepada calon konsumen serta konsumen yang telah menggunakan jasa Aqiqah Raya. Sedangkan pada data sekunder didapatkan dari survey konsumen yang telah dilakukan oleh Aqiqah Raya sebelumnya, laporan keuangan internal Aqiqah Raya, buku, kajian literatur, artikel, dan beberapa laman website serta media sosial.

Hasil analisis deskriptif pada UMKM Aqiqah Raya yaitu industri aqiqah merupakan industri yang potensial untuk dijalankan sebagai sebuah bisnis. Dalam perumusan rencana pemasaran ini, UMKM Aqiqah Raya perlu mengoptimalkan kegiatan marketing, baik dari strategi maupun taktik. Target market untuk Aqiqah Raya yaitu perempuan, generasi milenial, dan muda, menikah, memiliki anak balita. Aqiqah Raya memiliki diferensiasi dalam hal inovasi produk dan kemudahan pembiayaan aqiqah. Inovasi yang telah dilakukan oleh UMKM Aqiqah Raya perlu dikomunikasikan secara baik dan massif kepada target market, agar UMKM Aqiqah Raya tetap menjadi pelopor dalam inovasi tersebut walaupun terdapat para pesaing yang mengikuti.

UMKM Aqiqah Raya cukup variatif dalam segi produk dengan menyediakan berbagai menu pilihan, dan memiliki taktik harga dalam hal keringanan pembiayaan untuk konsumen. UMKM Aqiqah Raya perlu melakukan aktivasi program untuk saluran distribusi, seperti program *buyer get buyer*, dan perlu memperhatikan kesesuaian konten dan design dengan target market, serta memiliki Sumber Daya Manusia yang mampu membantu mengimplementasikan perumusan rencana pemasaran ini menjadi sebuah aksi.

**Kata kunci:** *SME, Marketing Plan, Aqiqah Services, Partnership.*



**ABSTRACT**  
**MARKETING PLAN FORMULATION**  
**AT UMKM AQIQAH RAYA**

**Monica Willia Hapsari**  
18/432814/PEK/24080

*While the aqiqah business players had a tendency to increase in sales, the SME Aqiqah Raya tended to be stable and even experienced a decline. SME Aqiqah Raya runs a business in partnership, because products from Aqiqah Raya utilize assets in terms of providing goat animals, slaughtering services, and cooking services to other aqiqah institutions. Currently, the marketing activities of SME Aqiqah Raya have a focus on utilizing digital platforms. The absence of a marketing plan to carry out a strategy through a digital platform can result in mistaken positioning, inflated digital advertising costs, inaccurate selection of social media channels, pricing offered to consumers, inappropriate, and creating marketing content that is incompatible with the audience on the digital platform. Therefore, this study aims to formulate a marketing plan for SME Aqiqah Raya that can be used as an appropriate reference in developing marketing activities.*

*This study aims to formulate a marketing plan for SME Aqiqah Raya, so that Aqiqah Raya can have the right reference in developing its marketing activities. The research method for this study uses descriptive qualitative, and uses primary data and secondary data. Primary data is obtained by means of in-depth interviews, observations, and surveys of potential consumers and consumers who have used the services of Aqiqah Raya. Meanwhile, secondary data is obtained from consumer surveys conducted by Aqiqah Raya before, Aqiqah Raya's internal financial reports, books, literature reviews, articles, and several website and social media pages.*

*The results of descriptive analysis on the SME Aqiqah Raya are that the aqiqah industry is a potential industry to be run as a business. In the formulation of this marketing plan, SME Aqiqah Raya needs to optimize marketing activities, both from strategy and tactics. The target market for Aqiqah Raya is women, millennial generation, and young, married, having toddlers. Aqiqah Raya has differentiation in terms of product innovation and ease of financing aqiqah. The innovations that have been carried out by Aqiqah Raya need to be communicated well and massively to the target market, so that Aqiqah Raya continue to be the pioneers in this innovation even though there are competitors who follow.*

*SME Aqiqah Raya is quite varied in terms of products by providing various menu choices, and has pricing tactics in terms of financing relief for consumers. SME Aqiqah Raya needs to activate programs for distribution channels, such as the buyer get buyer program, and needs to pay attention to the suitability of content and design with the target market, and to have Human Resources who are able to help implement the formulation of this marketing plan into an action.*

**Key words:** UMKM, Rencana Pemasaran, Jasa Aqiqah, Kemitraan.