

STRATEGI PENINGKATAN PENJUALAN PRODUK PANGAN MELALUI PEMASARAN**DIGITAL PADA UMKM SAMBEL SEREH MAK BANIH DI DESA PURWAMEKAR****KABUPATEN KARAWANG**

Andika Dwi Prasetyo , Afif Hakim
Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik
E-mail : Ti19.andikap@mhs.ubpkarawang.ac.id
afif.hakim@ubpkarawang.ac.id

Abstrak

Kuliah Kerja Nyata Universitas Buana Perjuangan karawang Tahun 2022 ini dilaksanakan secara *hybrid* (online-offline). Melakukan program kegiatan Meningkatkan Penjualan Melalui Strategi Pemasaran Digital pada UMKM yang terdampak Covid-19 dengan tujuan meningkatkan Brand Awareness pada UMKM tersebut. Dengan cara mempromosikan UMKM melalui Media Sosial. Metode kegiatan menggunakan beberapa tahapan: Perizinan pelaksanaan program kepada mitra: persiapan dan penyusunan strategi yang akan digunakan, pelaksanaan program kegiatan, dan pembuatan laporan. Strategi pemasaran yang digunakan adalah melakukan promosi dengan menggunakan media sosial instagram, sebab Media sosial disebut sebagai cara terbaik untuk bisa lebih dekat dengan konsumen. karena saat ini hampir seluruh masyarakat memiliki akun media sosial dan saat pandemi masyarakat lebih sering berbelanja di media sosial media.

Kata kunci: Pemasaran Digital, UMKM

Abstract

This 2022 Buana Perjuangan University Real Work Lecture is carried out in a hybrid (online-offline) manner. Carry out an activity program to Increase Sales Through Digital Marketing Strategies for MSMEs affected by Covid-19 with the aim of increasing Brand Awareness in these MSMEs. By promoting MSMEs through Social Media. The activity method uses several stages: Licensing program implementation to partners: preparation and preparation of strategies to be used, implementation of activity programs, and report generation. The marketing strategy used is to promote using Instagram social media, because social media is called the best way to get closer to consumers. because currently almost all people have social media accounts and during a pandemic people shop more often on social media.

Keywords: Digital Marketing, MSME

Pendahuluan

Desa Purwamekar merupakan salah satu desa yang berada di kecamatan Rawamerta kabupaten karawang. Desa Purwamekar mempunyai luas wilayah Luas wilayah 4.911.34 Ha (Darat 728,695 LaHan Sawah 4.182,645 Ha), Suhu udara rata-rata maksimal 30 derajat celcius dan minimal 27 derajat celcius. Dengan adanya luas lahan tanah kering ini beberapa warga memanfaatkan lahan tersebut sebagai tempat untuk mendirikan UMKM.

Definisi UMKM menurut Kementerian Koperasi dan UMKM dalam Aufar (2014:8) : Usaha Kecil (UK), termasuk usaha Mikro (UMI) adalah entitas usaha yang mempunyai kekayaan bersih paling banyak Rp. 200.000.000, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha dan memiliki penjualan tahunan paling banyak Rp. 1.000.000.000. Sementara itu, Usaha Menengah (UM) merupakan entitas usaha milik warga negara Indonesia yang memiliki kekayaan bersih lebih besar dari Rp. 200.000.000 s.d. Rp. 10.000.000 tidak termasuk tanah dan bangunan.

Di desa purwamekar terdapat sebuah UMKM yakni sambel sereh mak banih didirikan pada tahun 1984 yang beralamatkan di dusun krajan kabupaten karawang. Di UMKM mak banih ini dalam proses produksinya masih tradisional dan penjualannya masih dilakukan secara berkeliling didesa.

Program Kuliah Kerja Nyata (KKN) merupakan bentuk implementasi kegiatan pengabdian pada masyarakat dalam rangka dapat memberikan manfaat untuk masyarakat sekitar. Terdapat perbedaan pada KKN pada tahun 2022 ini, mengingat pandemi Covid-19 yang menginfeksi hampir seluruh negara di dunia ini termasuk Indonesia ditambah lagi kebijakan pemerintah yang melaksanakan PPKM maka, Universitas Buana Perjuangan Karawang (UBP) yang memberlakukan KKN secara hybrid (online-offline). Pada program kegiatan meningkatkan penjualan melalui strategi pemasaran digital bertujuan untuk meningkatkan Brand Awareness pada UMKM dan menarik konsumen untuk melakukan pembelian. maka harus menerapkan strategi pemasaran yang tepat sesuai dengan kondisi pasar yang dihadapi dan perlu adanya cara untuk memajukan penjualan melalui promosi. Strategi pemasaran dan konsep promosi yang tepat. Karena, jika strategi pemasaran dan konsep promosi yang dilakukan kurang tepat maka kegiatan pemasaran tersebut menjadi tidak efektif dan dapat beresiko merugikan perusahaan.

Strategi pemasaran adalah pemasaran yang berusaha menanamkan perusahaan dan produknya di benak pelanggan, sedangkan Promosi adalah fungsi pemasaran yang memfokuskan pengomunikasian komponenkomponen program pemasaran secara persuasif

kepada khalayak sasaran untuk menunjang pertukaran antara pemasar dan konsumen dan untuk membantu mencapai tujuan dari kedua belah pihak. Promosi berperan sebagai koordinasi upaya-upaya komunikasi pemasaran untuk mempengaruhi sikap atau perilaku. Promosi dapat dilakukan dengan lima cara yang digunakan perusahaan untuk mencapai tujuan iklan dan pemasarannya, yaitu: penjualan pribadi (personal selling), periklanan (advertising), publikasi (publicity), promosi penjualan (sales promotion), dan hubungan masyarakat (public relation). Pada program kegiatan ini, promosi penjualan dilakukan menggunakan media sosial instagram. Untuk menarik para konsumen, maka dibuatkan desain baru yang menarik.

Metode

Adapun lokasi dan waktu pelaksanaan Kuliah Kerja Nyata (KKN) ini di Desa Purwamekar, Kecamatan Rawamerta Kabupaten Karawang dimana menjadi salah satu desa yang terdampak akibat COVID-19. Kegiatan ini dilaksanakan pada 01 Juli 2022-31 Juli 2022. Kegiatan wajib KKN pada tahun ini masih secara hybrid (online-offline) sehingga KKN diharapkan mampu menjadi sarana penggerak partisipasi aktif masyarakat dimasa pandemic COVID-19. Selain itu kegiatan ini dapat menggali potensi serta minat dan bakat yang dimiliki masyarakat Desa purwamekar khususnya dalam bidang Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Masalah yang dikaji adalah bagaimana program KKN ini dapat memberikan edukasi terhadap pelaku UMKM untuk lebih berkembang dan lebih maju lagi untuk kedepannya dan mampu mengikuti perkembangan teknologi digital atau yang modern.

Kegiatan ini akan dilakukan dengan menggunakan metode kualitatif, yaitu melakukan Teknik wawancara dengan pelaku usaha yang kompeten. Langkah pertama yang dilakukan pada kegiatan ini adalah perizinan pelaksanaan program kepada mitra, yaitu pemilik UMKM mak banih dan melakukan diskusi dengan mitra terkait program kegiatan yang akan dilakukan: persiapan dan penyusunan strategi yang akan digunakan pada program kegiatan yang akan dilaksanakan, selanjutnya adalah pelaksanaan program kegiatan. Adapun program kegiatan yang kami lakukan adalah pembuatan marketplace dengan media sosial instagram, pembuatan desain kemasan baru dan pembuatan stiker atau label produk.



Gambar 1. Pertemuan dengan mitra

Sumber: Data Penulis (2022)

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Pada program kegiatan meningkatkan penjualan melalui strategi pemasaran digital pada strategi meningkatkan *Brand Awareness* pada UMKM sambel sereh mak banih kami telah melakukan beberapa program yaitu:

1. Pembuatan Marketplace Dengan Media Sosial Instagram

Setelah melakukan diskusi dan kami putuskan untuk membuat marketplace di media sosial instagram untuk mempermudah penjualan di masa pandemi ini, dan akun media sosial ini pastinya akan dipegang oleh anaknya dikarenakan mak banih sendiri sudah berusia lebih dari 90 tahun.



Gambar 2. Akun instagram milik UMKM

Sumber: Data Penulis (2022)

2. Pembuatan Desain Kemasan Baru

Membuat desain yang menarik menjadi program kegiatan kami untuk membantu mitra. Karena desain yang menarik merupakan Strategi pemasaran, yaitu pemasaran yang berusaha menanamkan perusahaan dan produknya di benak pelanggan, membuat penjualan meningkat, Sebelumnya kemasan sambel sereh mak banih menggunakan daun pisang maka dengan itu kami membuat kemasan baru yaitu dengan menggunakan toples plastik yang berukuran 150 ml mungkin dengan adanya kemasan yang baru ini dapat menarik konsumen atau pelanggan lebih banyak lagi.



Gambar 3. Desain kemasan baru sambel sereh mak banih

Sumber: Data Penulis (2022)

3. Pembuatan Stiker atau Label Produk

Stiker label kemasan telah menjadi salah satu media promosi yang cukup efektif sejak beberapa tahun ke belakang. Tidak hanya sebagai atribut estetika, stiker label kemasan juga memiliki banyak fungsi lain khususnya seperti alat identifikasi produk, memberikan kandungan nutrisi, memberikan informasi pembuatan dan tanggal kadaluwarsa, dll.



Gambar 4. Pembuatan Stiker atau Label Produk sambel sereh mak banih

Sumber: Data Penulis (2022)



Gambar 5. Hasil ahir kemasan sambel sereh mak banih

Sumber: Data Penulis (2022)

Kesimpulan dan Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat diambil kesimpulan bahwa:

1. Program kegiatan Meningkatkan Penjualan Melalui Strategi Pemasaran Digital pada UMKM yang terdampak Covid-19 dengan tujuan meningkatkan Brand Awareness pada UMKM tersebut. Dengan cara mempromosikan UMKM melalui Media Sosial dan marketplace, sebab Media sosial dan penjualan melalui marketplace disebut sebagai cara terbaik untuk bisa lebih dekat dengan konsumen. Alasannya adalah karena saat ini hampir seluruh masyarakat memiliki akun media sosial dan saat pandemi masyarakat lebih sering berbelanja di marketplace.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan penulis memberikan beberapa rekomendasi terhadap UMKM sambel sereh mak banih sebagai berikut:

1. Untuk pemasaran produk sambel sereh mak banih sebaiknya dilakukan melalui media *e-commerce* agar memperluas pasar.
2. UMKM sambel sereh mak banih ini agar menambahkan label, merek atau hak paten usahanya agar dikenal oleh konsumen.
3. UMKM sambel sereh mak banih ini mengemas produknya lebih menarik agar dapat menarik minat konsumen, untuk pertama sambel sereh mak banih mengemas sambel dengan daun pisang maka dari itu kami semua membuat rekomendasi untuk sambel sereh mak banih kami kemas dengan toples plastik berukuran 150 ml. Mungkin

dengan kemasan yang menarik akan menarik konsumen lebih banyak lagi.

Daftar Pustaka

Dharmmesta, Basu Swastha. (1999). Pengantar Bisnis Modern. Yogyakarta: Liberty.

Kartajaya, Hermawan. (2006). Syariah Marketing. Bandung: Mizan Media Utama.

.