

PENGARUH BRANDING TERHADAP PEMASARAN DIGITAL PADA UMKM OPAK ACI ASMARA

Marsyalita Ardiana
Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis
mn19.marsyalitaardiana@mhs.ubpkarawang.ac.id

ABSTRAK

KKN merupakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat di daerah tertentu atau lembaga pendidikan, dilaksanakan secara kelompok, terintegrasi antar jurusan, terkoordinasi di tingkat Fakultas, Kegiatan KKN (Kuliah Kerja Nyata) dilakukan secara tatap muka yang bertujuan untuk memberikan pengalaman kerja nyata di lapangan dalam bidang apapun yang membentuk kerja sama dan tanggung jawab dalam pelaksanaan pekerjaan di lapangan. KKN juga bertujuan untuk membantu masyarakat dalam meningkatkan pengetahuan dan keterampilan sehingga diharapkan dapat meningkatkan kesejahteraannya. Kuliah Kerja Nyata (KKN) dilakukan di Desa Wancimekar terhitung dari tanggal 01 Juli 2022 sampai dengan 31 Juli 2022. Program ini memberikan pelatihan tentang cara mengkreasi produk menjadi makanan yang memiliki nilai jual yang tinggi, melakukan pengenalan pada produk, dan pemasaran melalui digital marketing. Hasil yang didapat setelah adanya kegiatan ini adalah menginovasi kemasan plastik biasa dengan tambahan tali rapia menjadi kemasan plastik klip serta menambahkan logo pada produk dan berhasil melakukan promosi melalui media sosial.

Kata kunci : Kuliah Kerja Nyata, UMKM, Digital Marketing, Desa Wancimekar

PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di ekonomi nasional memiliki peran penting dan strategis. Kondisi ini sangat memungkinkan karena keberadaan UMKM cukup dominan dalam perekonomian Indonesia, dengan alasan mengapa jumlah industri penting dan terkandung disemua sektor ekonomi. Potensi besar untuk penyerapan pekerjaan dan kontribusi UMKM dalam pembentukan produk domestic bruto (PDB) sangat dominan.

Wancimekar adalah salah satu desa di Kecamatan Kotabaru, Kabupaten Karawang, Provinsi Jawa Barat, Indonesia. Lokasinya tidak jauh dari perkotaan,

sebagai masyarakatnya mempunyai pekerjaan diperkantoran dan sebagian masyarakat yang lain memiliki pekerjaan yaitu berwirausaha, petani, dan buruh pabrik. Setelah melakukan survey lapangan banyak ditemukannya potensi usaha yang dimiliki di Desa Wancimekar. Salah satunya adalah Opak Aci Asmara yang dimiliki Mak Enap yang berada di dusun Krajan, Wancimekar.

Digital marketing merupakan pemasaran dengan menggunakan penerapan teknologi secara digital. Salah satu bentuk digital marketing dengan menggunakan media elektronik atau internet adalah internet marketing (e-marketing). Digital marketing dengan menggunakan media social sangatlah penting karena dapat memberi pengetahuan kepada para pelaku UMKM mengenai cara maupun tahapan dalam memperluas jaringan konsumen melalui pemanfaatan media social dalam memasarkan produknya sehingga dapat meningkatkan keunggulan bersaing bagi UMKM itu sendiri.

METODE PENELITIAN

Berbagai permasalahan maupun potensi-potensi ditemukan pada saat survey yang dilakukan oleh mahasiswa KKNT UBP Karawang. Metode perolehan sumber data menggunakan metode wawancara dan observasi langsung kepada pelaku UMKM untuk memperoleh informasi secara langsung yang dilaksanakan di rumah Emak Enap di dusun Krajan, Desa Wancimekar yang sekaligus digunakan sebagai tempat produksi produk Opak Aci Asmara.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Setelah menjelankan program kerja kami dapat mengamati bahwa masih kurangnya pengetahuan tentang cara berbisnis pada pelaku UMKM makanan

ringan Opak Aci Asmara di dusun Krajan, Desa Wancimekar. Selama ini pelaku UMKM hanya memasarkan produk secara *offline* atau berjualan langsung dirumah tanpa adanya pemasaran secara *online* melalui media sosial sehingga jangkauan pemasaran produk sangat terbatas. Serta kurang adanya inovasi pada kemasan produk yang kreatif juga menjadi kendala dalam meningkatkan penjualan produk di UMKM tersebut.

Tahap pertama tepatnya pada tanggal 11 Juli 2022, kami melakukan sosialisasi di Balai Desa Wancimekar tentang mengubah pola pikir pelaku umkm di era digitalisasi. Dalam sosialisasi tersebut, kami melakukan pendekatan dan memberikan penjelasan yang jelas supaya lebih bisa dipahami oleh pelaku UMKM. Penggunaan tutur kata yang santai dan bahasa sehari-hari dan sopan pada saat sosialisasi yang menjadikan pelaku UMKM mudah mengerti dan lebih paham apa arti bisnis yang sesungguhnya serta pentingnya mempertahankan dan mengembangkan bisnis. Antusiasme pelaku UMKM tersebut sangat mendukung kesuksesan kegiatan pada tahap pertama ini walaupun yang awalnya pelaku UMKM tersebut sempat mengeluh akibat penurunan penjualan.



Gambar 1. Foto bersama pelaku UMKM acara sosialisasi di Balai Desa Wancimekar

Tahap selanjutnya yaitu edukasi dan implementasi inovasi produk kreatif guna mengembangkan perekonomian UMKM yang dilaksanakan tiga kali pertemuan. Hasil produk selama ini yang terkesan sederhana membuat produk terlihat kuno dan tidak menarik sehingga masih lemah dalam persaingan di zaman serba modern ini. Ditambah

lagi tanpa adanya identitas membuat produk tersebut jarang dikenal masyarakat. Sehingga kami berinisiatif untuk mengenalkan beberapa inovasi pada produk UMKM makanan Opak Aci Asmara di Desa Wancimekar supaya terdapat ciri khas dan bisa memberikan nilai lebih pada produk.

Beberapa inovasi tersebut diantaranya yaitu :

1. Membuat logo usaha sehingga bisa menjadi symbol atau lambing dari usaha tersebut serta usaha dan produknya bisa lebih dikenal masyarakat.
2. Pengemasan produk yang lebih menarik, yang awalnya produk hanya menggunakan kemasan dari plastik polos yang diikat dengan tali rafia, kini kami berinisiatif untuk menggunakan kemasan yang lebih modern yaitu plastik klip atau standing pouch yang terlihat lebih menarik. Selain itu, pada kemasan juga terdapat logo. Sehingga pada saat awal melihatnya terkesan sangat menarik.
3. Pembuatan serta pemasangan banner yang berukuran 2 x 1m di halaman rumah dan juga tempat produksi Opak Aci Asmara.



Gambar 2. Proses sangrai Opak Aci Asmara oleh Mak Enap



Gambar 3. Proses Pemasangan Banner



Gambar 4. Proses Penjemuran Opak Aci



Gambar 5. Diskusi bersama Mak Enap pelaku UMKM Opak Aci Asmara



Gambar 6. Kemasan baru Opak Aci Mak Asmara

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

1. Kesimpulan

Perubahan yang terjadi setelah diadakannya KKNT pada UMKM milik Mak Enap dapat memanfaatkan kemasan yang lebih modern agar memiliki nilai jual yang tinggi dan juga Mak Enap dapat memasarkan produknya secara online melalui media sosial yang telah dibuat.

2. Rekomendasi

Dengan potensi yang ada di Desa Wancimekar diharapkan masyarakat dapat berkreasi dalam memanfaatkannya dan dijadikan sebuah produk yang mempunyai nilai jual tinggi.

DAFTAR PUSTAKA

“Kuliah Kerja Nyata” . Universitas Gadjah Mada. Diakses pada tanggal 30 Juli 2022

Afriyani, Y., & Muhajirin. (2021). Pengaruh Inovasi dan Kreativitas Terhadap Kepuasan Konsumen pada UKM Dina Kelurahan Ntobo. *Target : Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 3(1), 79-90. <https://journal.universitasbumigora.ac.id/index.php/target/article/view/1175>

Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2016). *Digital Marketing* (6th ed.). Pearson Education Limited.

Febriantoro, Mohammad Trio, dan Debby Arisandi, 2018. Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean.

Merina, N. (2019). Pengertian UKM&UMKM? Bagaimana Menjadi Usaha Kecil Menengah di Indonesia. *GOukm.id*. <https://goukm.id/apa-itu-ukm-umkm-startup/>

Miftahuddin, M., Syahril, H., & Sunaryo, S. (2020). Pembinaan Usaha Rumah Tangga Di Desa Sei Rotan Kecamatan Percut Sei Tuan. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 26(4), 215-220. <https://doi.org/10.24114/jpkm.v26i4.20592>

Sarfiah, Sudati Nur, Hanung Eka Atmaja, dan Dian Marlina Verawat. 2019. UMKM Sebagai Pilar Membangun Ekonomi Bangsa.

Sembiring, K. (2021). Pakar Kewirausahaan Ini Beberkan Manfaat Belajar Digital Marketing dalm Bisnis. *SindoNews.Com*.

Soedjiwo, N. A. F. (2019). Implementasi Mata Kuliah PAR (Participatory Action Research) di TPQ Al-Maghfiroh Denpasar Bali. *Widya Balina*, 4(2), 9-19. <https://doi.org/10.53958/wb.v4i2.36>

Yantih, N., Aulena, D. N., Prasetyo, A., & Yamin, M. (2021). Peningkatan Daya Saing Minuman Belimbing Wuluh Produksi Santri Pondok Pesantren Minhajussobirin. Melalui Penerapan Sanitasi dan Higiene. *CARADDE: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(3), 552-556. <https://doi.org/10.31960/caradde.v3i3.881/>