

## **PENINGKATAN KUALITAS PACKAGING DAN PENERAPAN DIGITAL MARKETING UMKM PUPUK ORGANIK PUTRA JATIWANGI**

Haerul Anzani, Lusiana Rahmatiani

Manajemen, Ekonomi Bisnis

[mn19.haerulanzani@mhs.ubpkarawang.ac.id](mailto:mn19.haerulanzani@mhs.ubpkarawang.ac.id)

[lusiana.rahmatiani@ubpkarawang.ac.id](mailto:lusiana.rahmatiani@ubpkarawang.ac.id)

### **Abstrak**

Tertuang pada Undang-Undang RI Nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi. Salah satu bentuk Pengabdian kepada Masyarakat oleh dosen dan mahasiswa adalah dengan pelaksanaan kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN). Digital marketing adalah praktek pemasaran yang menggunakan saluran distribusi digital untuk mencapai konsumen yang lebih luas dengan cara relevan, personal dan biaya yang efektif. Media sosial menurut pendapat Thoyibie merupakan pemanfaatan teknologi oleh orang untuk membuat konten berisi informasi yang dimanfaatkan dalam berinteraksi dengan sesama khalayak umum. Inovasi menurut Kotler adalah produk atau jasa yang dipersepsikan oleh konsumen merupakan pengembangan produk atau jasa baru yang bertujuan untuk beradaptasi dengan lingkungannya sebagai upaya mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan. Target atau sasaran pada penelitian ini yaitu UMKM Pupuk Putra Jatiwangi di desa Jatiwangi. Untuk memperoleh data yang dibutuhkan penelitian ini menggunakan metode Deskriptif Kualitatif atau wawancara dan terjun secara langsung kelapangan sebagai hasil laporan maka dilampirkan dalam bentuk dokumentasi. Hasil wawancara tim ini memperoleh informasi berupa sejarah berdirinya UMKM sampai pembuatan produk dan permasalahan yang dialami. Menghasilkan inovasi kemasan dan logo baru agar lebih menarik dan memiliki nilai jual tinggi. Pemasaran melalui media sosial yaitu Instagram dan Shoope agar pemasaran menjangkau ke wilayah yang lebih luas lagi.

Kata kunci: Kuliah Kerja Nyata, Digital Marketing, Inovasi,

### **Pendahuluan**

Sebagai sebuah Perguruan Tinggi, Universitas Buana Perjuangan Karawang (UBP Karawang) wajib melaksanakan Tri-Dharma Perguruan Tinggi. Tri-Dharma yang dimaksud adalah melaksanakan Pendidikan, Penelitian, dan Pengabdian kepada Masyarakat sebagaimana tertuang pada Undang-Undang RI Nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi. Salah satu bentuk Pengabdian kepada Masyarakat oleh dosen dan mahasiswa adalah dengan pelaksanaan kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN). Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan oleh Mahasiswa KKN Universitas Buana Perjuangan Karawang di Desa jatiwangi merupakan salah satu desa yang ada dikecamatan Jatisari, Kabupaten Karawang, Jawa barat. Dengan program kerja yang akan dilaksanakan sesuai dengan tema KKN yaitu “Inovasi dan Digitalisasi UMKM. Meliputi Program Kerja Individu Peningkatan Kualitas Packaging dan penerapan Digital Marketing UMKM Pupuk Organik Putra Jatiwangi

Melihat adanya beberapa usaha umkm contohnya seperti produk UMKM Pupuk Putra Jatiwangi yang dimana produknya telah mendapatkan target pasarnya yang luas, seiring berjalannya waktu yang tadinya hanya menjual daerah jatisari saja akan tetapi kini penjualan mencapai ke luar jatisari bahkan luar kabupaten karawang.

Saat ini kemasan pupuk putra jatiwangi milik bapak udin masih menggunakan botol bekas air mineral. Permasalahan yang dihadapi oleh mitra ini adalah menghendaki sesuatu yang berbeda dan baru untuk produknya dibandingkan dengan usaha yang sama yang dimiliki UMKM lainnya. Inovasi menurut Kotler adalah produk atau jasa yang dipersepsikan oleh konsumen merupakan pengembangan produk atau jasa baru yang bertujuan untuk beradaptasi dengan lingkungannya sebagai upaya mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan. Kemudian selain inovasi juga diperlukan citra merek (image), Citra merek merupakan nama, istilah, simbol, tanda, desain yang digunakan oleh perusahaan untuk membedakan produk miliknya dengan produk para pesaing sehingga dari informasi dan pendapat tersebut sentra ini mengharapkan perubahan untuk produknya agar unik dan berbeda dengan produk sejenis yang dihasilkan oleh pesaing. Produk atau jasa yang memiliki merek akan mempermudah konsumen dalam membedakan produk yang dipilihnya. Sehingga diperlukan pilihan merek dengan desain yang simpel, menarik agar mudah selalu diingat konsumen. Menggunakan situs jejaring sosial juga dapat meningkatkan daya tarik merek dan menetapkan target pasar karena dengan adanya teknologi baru membantu dalam berkomunikasi langsung yang melibatkan konsumen dalam mendapatkan informasi terkait merek Perluasan pemasaran yang ingin diharapkan oleh mitra untuk meningkatkan penjualan selain di wilayah kabupaten Karawang. Pemasaran adalah berbagai kegiatan yang disusun atau dirancang untuk tujuan meningkatkan arus barang atau jasa dari produsen ke konsumen. Diera serba digital sekarang ini pemasaran dapat diperluas dengan menggunakan sistem online atau digital marketing menjelaskan bahwa digital marketing adalah praktek pemasaran yang menggunakan saluran distribusi digital untuk mencapai konsumen yang lebih luas dengan cara relevan, personal dan biaya yang efektif. Media sosial menurut pendapat Thoyibie merupakan pemanfaatan teknologi oleh orang untuk membuat konten berisi informasi yang dimanfaatkan dalam berinteraksi dengan sesama khalayak umum. Media sosial yang berkembang di negara Indonesia saat ini adalah facebook, instagram, dan sejenisnya. Harapannya melalui konten-konten media sosial dapat menambah perluasan pengenalan produk dan juga pemasarannya.

Permasalahan yang dihadapi oleh Pupuk Putra Jatiwangi milik Bapak Udin adalah bagaimana cara meningkatkan atau membuat inovasi dan bagaimana cara meningkatkan pengetahuan strategi pemasaran penjualan dari UMKM pupuk putra jatiwangi di Desa Jatiwangi Kecamatan Jatisari Kabupaten Karawang Dalam Hal ini penulis melakukan berdasarkan permasalahan yang dihadapi oleh UMKM tersebut berusaha untuk membantu memberikan solusi tersebut sebagai kegiatan program kerja individu.

## **Metode**

Pelaksanaan Kuliah Kerja Nyata / KKN dilaksanakan mulai tanggal 01 – Juli – 2021 s/d 31 – Juli – 2021 di Desa Jatiwangi Kecamatan Jatisari Kab. Karawang. Target atau sasaran pada penelitian ini yaitu UMKM Pupuk Putra Jatiwangi di desa Jatiwangi. Untuk memperoleh data yang dibutuhkan penelitian ini menggunakan metode Deskriptif Kualitatif atau wawancara dan terjun secara langsung kelapangan sebagai hasil laporan maka dilampirkan dalam bentuk dokumentasi. Pelaksanaan program pengabdian masyarakat ini meliputi beberapa tahapan diantaranya:

### **1. Survey**

Tahapan ini diawali dengan melakukan observasi di UMKM mitra sekaligus wawancara terkait permasalahan yang dialami. Survey ini dilakukan ke lokasi survey tersebut mewawancarai pemilik usaha pupuk organik putra jatiwangi.

### **2. Solusi Permasalahan**

Tahapan ini adalah melaksanakan kegiatan perumusan solusi dan penyelesaian mengatasi masalah. Berdasarkan wawancara pada saat survei penulis melakukan koordinasi mencari solusi yang tepat untuk usaha Pupuk Putra Jatiwangi, dimana owner yang menghendaki suatu inovasi yang berbeda tetapi tetap mempertahankan produk yang selama ini sudah dihasilkan secara turuntemurun.

### **3. Pencapaian**

Setelah menemukan solusi, maka diterapkanlah solusi tersebut dan diujicobakan serta dilakukan evaluasi untuk penyempurnaan perancangan pengembangan ke depannya dengan harapan untuk mendapatkan luaran dari penyelesaian masalah yang dihadapi umkm Pupuk Putra Jatiwangi.

## **Hasil Penelitian dan Pembahasan**

Berdasarkan hasil survey, terpilihlah pada UMKM Pupuk Putra Jatiwangi milik Bapak Udin yang berlokasi di Desa Jatiwangi Kecamatan Jatisari, Kabupaten Karawang.

Hasil wawancara tim ini memperoleh informasi berupa sejarah berdirinya UMKM sampai pembuatan produk dan permasalahan yang dialami dapat dilihat pada gambar 1.



Gambar 1. Survey dan Wawancara

Permasalahan yang dihadapi oleh owner adalah menginginkan sesuatu yang berbeda, dari produk yang telah dihasilkan secara turun-temurun dari generasinya. Produk ini sudah menjadi ciri khas daerah dan harus tetap perlu di jaga keasliannya. Sehingga tim ini kembali kekampus dan saling berkoordinasi bersama dengan dosen pendamping untuk mencari solusi dari permasalahan yang telah dihadapi oleh pemilik usaha tersebut.

Tahap kedua kegiatan ini, setelah penulis berkoordinasi dan mencoba melakukan searching mencoba untuk mencari solusi yang pertama adalah terkait dengan kemasan. Setelah beberapa kali mencoba mencari inovasi kemasan yang pas untuk produk tersebut maka di tetapkanlah inovasi packaging terbaru mengganti kemasan pupuk yang sebelumnya menggunakan botol bekas lalu di perbaiki dengan botol pupuk yang semestinya dengan double segel di dalam dan pada bagian tutup pupuk hal ini membuat pupuk terlihat lebih higienis dan lebih rapi tampilannya.

Selain menginovasikan botol, pada label pun disentuh inovasi semula hanya label berukuran kecil lalu dibuatkan sticker label yang menutupi sepertiga botol agar lebih jelas dan menarik dengan ditambah barcode yang dimana Ketika di scan akan terbuka market place shopee milik pupuk putra jatiwangi dimana bisa memperluas penjualan.



Gambar 2. Inovasi kemasan

Solusi yang kedua adalah untuk menjangkau pemasaran yang lebih luas yang awalnya hanya dilakukan dengan mengandalkan mouth of mouth, dan berdasarkan pesanan, maka di era yang serba digital sekarang ini diperlukanlah pengembangan pemasaran dengan membuat digital marketing melalui akun media sosial. Jika UMKM ini mampu mengkombinasikan pemasaran dari offline dan online maka akan dapat menjangkau produk ini diterima oleh konsumen lebih luas. Sentra usaha di kabupaten Magetan termasuk daerah yang sebagian pelaku usahanya belum banyak mengenal pemasaran digital sehingga pada tahap ini tim pengabdian membantu membuat digital marketing melalui akun media sosial untuk memperluas pemasaran produk dan juga bagaimana melakukan pemasaran melalui media ini.



Gambar 3. Akun Instagram dan Shoope

### **Kesimpulan**

Secara aktual program pengabdian kepada masyarakat ini melibatkan mahasiswa sebagai Kegiatan Program Kerja Individu KKN dan UMKM Pupuk Putra Jatiwangi “milik bapak udin Kesimpulan dari program yang telah dilaksanakan adalah sebagai berikut:

1. Menghasilkan inovasi kemasan dan logo baru agar lebih menarik dan memiliki nilai jual tinggi.
2. Pemasaran melalui media sosial yaitu Instagram dan Shoope agar pemasaran menjangkau ke wilayah yang lebih luas lagi.

### **Rekomendasi**

Diharap kedepannya desa dapat membina para pelaku UMKM lainnya mengenai pengembangan dan inovasi produk. Untuk pupuk putra jatiwangi direkomendasikan untuk mempromosikan produknya di media social seperti Instagram dan facebook agar dapat dilihat dan dijangkau oleh masyarakat luas secara pemasaran pupuk putra jatiwangi sudah mencapai Kalimantan hanya saja pemasaran dilakukan secara mouth of mouth.

### **Daftar Pustaka**

- Kotler, K.(2009). *Manajemen Pemasaran*  
1. Edisi ketiga belas. Penerbit Erlangga, Jakarta
- Thoyibie, L. 2010. *Psikologi Social*  
Media.<http://komunikasi-indonesia.org>.  
Diakses tanggal 20 Desember 2019