

PEMANFAATAN *DIGITAL MARKETING*
UNTUK MEMASARKAN PRODUK UMKM
KERIPIK PISANG
JIDAN SNACK
DI DESA JATIMULYA

Novia Denada , Lia Amalia

Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Buana Perjuangan Karawang

Mn19.noviadenada@mhs.ubpkarawang.ac.id , liaamalia@ubpkarawang.ac.id

ABSTRAK

UMKM merupakan singkatan dari Usaha Mikro Kecil menengah. Keberadaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah UMKM merupakan bagian dari kegiatan ekonomi masyarakat bangsa yang saat ini semakin dikembangkan. Hal ini dikarenakan keberadaan UMKM sangat bermanfaat dalam hal pendistribusian pendapatan masyarakat. Selain itu, UMKM mampu menyerap tenaga kerja dalam skala yang besar sehingga menjadi salah satu solusi dalam mengurangi tingkat pengangguran. Permasalahan tersebut juga terjadi pada sebagian besar UMKM di wilayah Desa Jatimulya Kecamatan Pedes Kabupaten Karawang. UMKM Keripik Pisang Jidan Snack salah satunya, dengan semakin pesatnya perkembangan teknologi pelaku UMKM di tuntut agar bisa mengikuti perkembangan jaman dan teknologi diantaranya adalah perkembangan dalam melakukan strategi pemasaran, *digital marketing* yang dilakukan oleh Jidan Snack khususnya pada produk dalam mempertahankan dan meningkatkan penjualan dan pelayanan. Mengenai penerapan *digital marketing* yang dilakukan pada Jidan Snack dan pengaruhnya penerapan *digital marketing* terhadap kepuasan konsumen pada Jidan Snack. Permasalahan yang ada pada Jidan snack adalah kurangnya media promosi yang Jidan Snack berikan kepada *customer* dan tidak adanya akun media sosial Instagram yang fungsinya untuk membuat promosi dan menyebarkan beragam foto kripik pisang hasil Jidan snack. Dalam pelaksanaan pengembangan UMKM itu sendiri penulis menggunakan metode analisis SWOT dan kualitatif.

Kata kunci: UMKM, *Digital Marketing*, Strategi Pemasaran

ABSTRACT

UMKM is an abbreviation of Micro, Small and Medium Enterprises. Cooperatives of Micro, Small and Medium Enterprises, UMKM are part of the economic activities of the nation's community which are currently being developed. This is because the existence of UMKM is very useful in terms of distributing people's income. In addition, UMKM are able to absorb labor on a large scale so that it becomes one of the solutions in reducing movement movements. This problem also occurs in most UMKM in the Jatimulya Village, Pedes District, Karawang Regency. Jidan Snack's Banana Chips UMKM is one of them, with the rapid development of technology, UMKM players are demanded to be able to keep up with the times and technology, including developments in marketing strategies, digital marketing carried out by Jidan Snack, especially in products in maintaining and increasing sales and services. Regarding the application of digital marketing carried out at Jidan Snack and the effect of the application of digital marketing on consumer satisfaction at Jidan Snack. The problem with Jidan Snack is the lack of promotional media that Jidan Snack provides to customers and the absence of an Instagram social media account that functions to promote and distribute various photos of Jidan Snack's banana chips. In the implementation of UMKM development itself, the author uses the SWOT and qualitative analysis

Keywords: UMKM, Digital Marketing, marketing strategy

PENDAHULUAN

1.Latar Belakang

UMKM merupakan singkatan dari Usaha Mikro Kecil menengah. Karawang sendiri, menurut data dari Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Kabupaten Karawang jumlah UMKM pada tahun 2020 mencapai 1.009 pelaku usaha yang tercatat di Dinas Koperasi. Keberadaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah UMKM merupakan bagian dari kegiatan ekonomi masyarakat bangsa yang saat ini semakin dikembangkan. Hal ini dikarenakan keberadaan UMKM sangat bermanfaat dalam hal pendistribusian pendapatan masyarakat. Selain itu, UMKM mampu menyerap tenaga kerja dalam skala yang besar sehingga menjadi salah satu solusi dalam mengurangi tingkat pengangguran. Dari sinilah terlihat bahwa keberadaan UMKM yang bersifat padat karya, menggunakan teknologi yang sederhana dan mudah dipahami mampu menjadi sebuah wadah bagi masyarakat untuk bekerja.

Akan tetapi keberadaan UMKM saat ini masih banyak terbentur kendala, kurang pemahaman dalam melakukan promosi penjualan produksi sebuah usaha pembuatan keripik pisang,hal ini karena kurangnya pemahaman pelaku UMKM untuk melakukan strategi pemasaran yang baik dan efektif salah satunya yaitu dengan menggunakan media social dan internet yang dimana hal ini masih menjadi polemic yang dirasa cukup sulit di lakukan oleh pelaku UMKM yang pada dasarnya masih bnayak menggunakan metode pemasaran produk secara *door to door*, hal tersebutlah yang membuat usaha yang di rintis perkembangannya menjadi lambat dan sulit untuk mampu bersaing di era modern seperti saat ini,Permasalahan tersebut

juga terjadi pada sebagian besar UMKM di wilayah Desa Jatimulya Kecamatan Pedes Kabupaten Karawang. UMKM Keripik pisang salah satunya, UMKM ini merupakan UMKM yang bergerak dibidang kuliner. Keripik pisang merupakan salah satu usaha kuliner yang menjajakan makanan tradisional yang sudah lama beroperasi, produsen keripik pisang sendiri berada di desa jatimulya, ibu Maryam adalah salah satu pelaku UMKM keripik pisang yang ada disana dan beliau juga sebagai owner dari zidan snack, perkembangan produk keripik pisang cukup pesat di desa jatimulya ujar beliau.

Strategi pemasaran adalah suatu alat yang di rencanakan dan di rancang secara fundamental. Proses upaya ini dilakukan sebagai upaya perusahaan untuk melakukan pengembangan keunggulan dalam bersaing melalui suatu program khusus dalam rangka melayani pasar secara berkesinambungan.¹

2. Tujuan

1. Untuk mengetahui cara memasarkan produk dengan strategi pemasaran yang baik.
2. Untuk mengetahui pentingkah strategi pemasaran untuk para pelaku UMKM.

¹ Hariyanti, Novi Tri and Wirapraja, Alexander (2018) *Pengaruh Influencer Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Digital Era Moderen (Sebuah Studi Literatur)*. Eksekutif, 15 (1). pp. 133-146. ISSN 1829-750

3. Kajian Teoritis

Keripik Pisang Desa Jatimulya merupakan salah satu UMKM yang bergerak di bidang kuliner, khususnya kuliner tradisional didirikan pada tahun 2019 dan beliau mulai mendaftarkan produknya kepada Dinas kesehatan pada tahun 2020 dan juga mendapat penyuluhan pangan dari Dinas kesehatan Kabupaten Karawang. Berawal di sebuah Desa Jatimulya Kecamatan Kecamatan Pedes Kabupaten Karawang. Keripik Pisang di Desa Jatimulya ini berdiri atas kemauan salah satu warga Desa Jatimulya yaitu ibu Maryam sehingga mulai bertumbuh satu persatu warga membuat usaha Keripik dan hingga terus bermunculan produsen keripik di Desa Jatimulya tersebut, *owner* keripik pisang sendiri merupakan orang asli Jatimulya. Adanya kesempatan peluang usaha yang masih terbuka di Desa Jatimulya tersebut membuat ibu Maryam dan keluarganya memberanikan diri membuat sebuah usaha tersebut.

Dalam hal ini ,strategi pemasaran sangatlah di butuhkan oleh para pelaku UMKM khususnya para pelaku UMKM yang masih menggunakan cara lama, dalam perkembangan teknologi dan digitalisasi seperti saat ini sangatlah di perlukan untuk menunjang kemajuan dan perkembangan sebuah UMKM ,salah satu cara strategi pemasaran yang dapat di lakukan adalah dengan cara memanfaatkan media social hal ini adalah salah satu pemanfaatan dari teknologi digitalisasi yang dimana pada era saat ini hal tersebut dirasa cukup efektif untuk memasarkan dan membantu mengembangkan UMKM ,salah satu media penunjang yang di gunakan untuk melakukan pemasaran adalah Instagram,adalah sebuah aplikasi *mobile* berbasis *ios,android* dan *windows phone*, dimana pengguna dapat

mengedit, memposting foto atau video produk UMKM ke halaman utama Instagram ataupun ke jejaring sosial lainnya, foto atau video nantinya akan terpampang pada *feed* pengguna lain yang menjadi *follower* akun Instagram tersebut.

Metode

1. Metode Analisis

Pada kesempatan ini penelitian dilakukan dengan pendekatan analisis kualitatif, melalui analisis kualitatif ini memiliki artian yakni suatu penggambaran atas data dengan menggambarkan kata dan baris kalimat yang menunjukkan bahwa penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Dalam pendekatan ini bertujuan untuk mengetahui atau memahami hal mengenai situasi sosial, peristiwa dan kendala yang ada. Menurut *John W. Creswell*, ahli psikologi pendidikan *University of Nebraska* metode pendekatan kualitatif merupakan proses investigasi dan wawancara, selain itu juga menggunakan matriks *SWOT* sebagai metode pengambilan data.²

Penelitian ini merupakan penelitian jenis deskriptif yang bertujuan mendeskripsikan peristiwa yang masih terjadi sampai waktu sekarang yakni mendeskripsikan bagaimana cara merancang strategi pemasaran menggunakan teknologi digital dari produksi keripik pisang. Penelitian ini yang memang mungkin masih jauh dari kata sempurna dan berfokus pada kegiatan penjualan salah satu UMKM yang ada di Desa Jatimulya Kecamatan Pedes Kabupaten Karawang. Serta mengidentifikasi

² *John W. Creswell*, ahli psikologi pendidikan *University of Nebraska*. pengertian metode pendekatan kualitatif

permasalahan khususnya pada bagian *marketing* atau pemasarannya yang mungkin masih menjadi kendala para pelaku UMKM tersebut, sehingga di perlukannya penambahan wawasan agar Teknik market yang mereka lakukan lebih efektif .

Garis besarnya penelitian ini bertujuan untuk mengarahkan serta mengedukasi ppara pelaku UMKM agar lebih paham mengenai apa itu strategi pemasaran dan bagaimana cara memanajemen pemasaran produk agar lebih berkembang, maka dari itu di buatlah atau dilakukanlah penyuluhan atau sosialisasi serta pengimplementasian cara melakukan strategi pemasaran di era digital seperti saat ini pada usaha UMKM keripik pisang agar mendapatkan hasil yang maksimal dengan cara yang lebih efektif.

Tempat Kuliah Kerja Nyata

Setelah mempertimbangkan tahap pelaksanaan yang telah ditetapkan oleh LPPM Universitas Buana Perjuangan Karawang, berikut ini tabel perencanaan Jadwal Pelaksanaan sebagai pertimbangan untuk pelaksanaan Kuliah Kerja Nyata di Desa Jatimulya Kecamatan Pedes Kabupaten Karawang.

Waktu Kuliah Kerja Nyata

Waktu di laksanakanya kuliah kerja nyata yang bertempat di desa jatimulya kecamatan pedes kabupaten karawang yaitu mulai dari 1 Juli 2022- 30 Juli 2022 dengan rincian kegiatan sebagai berikut :

- 1) Pada minggu pertama adalah dilakukanya penyerahan surat izin dan pengenalan desa secara *offline*.
- 2) Pada minggu ke dua adalah melakukan kegiatan harian di desa seperti membantu melakukan pengisian prodeskel yang ada di

desa jatimulya yang di arahkan langsung oleh perangkat desa serta melaksanakan sosialisasi pertama mengenai UMKM di kantor desa dengan di hadiri para perangkat desa dan pelaku UMKM setempat.

- 3) Minggu ke tiga adalah melaksanakan sosialisasi kedua yang di lakukan mahasiswa dengan judul mengenai inovasi dan pengembangan bisnis di dalam UMKM yang kali ini sosialisasi dilakukan langsung di lingkungan masyarakat dengan di hadiri langsung para pelaku UMKM setempat.
- 4) Minggu ke empat adalah pembuatan laporan selama kegiatan kuliah kerja nyata dann persiapan penutupan yang bertepatan pada akhir bulan

Hasil Penelitian dan Pembahasan

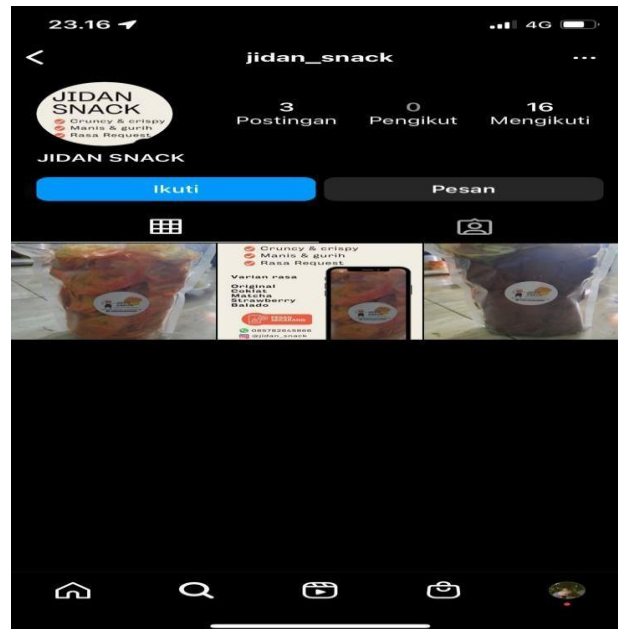
Dalam melakukan strategi pemasaran tentunya banyak sekali media atau metode yang di gunakan ,salah satunya adalah penggunaan media sosial seperti Instagram. Penggunaan media sosial ini di harapkan akan mampu membantu dalam melakukan kegiatan atau membatu para pelaku UMKM dalam memasarkan produk jualanya sehingga para pelaku UMKM bisa menghasilkan untung yang lebih banyak dengan cara yang lebih efektif .

Dalam pembuatan akun Instagram tentunya ada beberapa cara yang harus di lakukan yaitu dengan membuat akun baru ,hal yang pertama dilakukan adalah *installing* aplikasi intagram lewat *handphone* ataupun media lainya yang bisa mendukung untuk mendownload aplikasi tersebut, setelah itu adalah melakukan *registrasi* dsn *verifikasi* email serta data diri akun yang akan di gunakan, setelah itu menunggu *verifikasi* di setujui , biasanya aka nada kiriman kode *verifikasi* untuk *password* keamanan akun, setelah semua sudah dilakukan makan akun siap di gunakan dan memulai memasang

produk dan memposting foto atau video produk-produk yang akan di pasarkan, serta banyak mengikuti akun kuliner agar lebih *up to date* mengenai hal hal terbaru yang sedang kekinian di media sosial.

Berikut adalah langkah langkah membuat Instagram :

1. Instal aplikasi Instagram yaitu berupa *software* yang bisa digunakan di android ataupun *computer*, *download* di *playstore* (android), *app store* (apple) atau di *Microsoft* (komputer).
2. Setelah aplikasi Instagram terinstal , kemudia masuk ke halaman Instagram.
3. Klik daftar pada halaman pertama untuk membuat akun baru, jika pengguna belum memiliki akun.
4. Masukkan *email* atau nomer telpon aktif untuk membuat akun.
5. Setelah memasukan *email* atau nomer telpon setelah itu menunggu kode *verifikasi* masuk untuk *validasi* data pengguna.
6. Setelah kode *verifikasi* sudah terinput dan *terverifikasi* maka akun otomatis aktif dan sudah bisa digunakan pengguna untuk melakukan aktivitas seperti upload dan posting foto produk ,bisnis pada UMKM yang di jalankan.



Gambar 1. Tampilan awal akun Instagram

Strategi Pemasaran

Dalam strategi pemasaran yang di terapkan pada usaha UMKM keripik pisang jidan snack sudah dalam tahap pengembangan menuju era digitalisasi dengan adanya teknologi yang di gunakan seperti media sosial maka UMKM jidan snack akan lebih bisa bersaing dan perkembangannya akan lebih pesat , mulai dari Teknik pemasaran dan cara pengemasan yang semakin modern akan membuat minat konsumen meningkat dan tingkat ketertarikan konsumen akan semakin meningkat, dalam hal ini di perlukan nya ke aktifan *owner* jidan snack untuk lebih aktif dalam bermedia sosial guna untuk mempromosikan

produk nya ,hal ini bertujuan untuk meningkatkan presentase penjualan dan promosi secara online.



Gambar 2. Tampilan kemasan produk keripik jidan snack

Strategi Pengembangan Keripik Pisang

Hasil identifikasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dalam menjalankan usaha keripik pisang sebagai berikut:

1. Kekuatan
 - a. Pasokan bahan baku pisang mudah di dapat
 - b. Harga bahan baku masih terbilang murah
2. Kelemahan
 - a. Bahan baku terbilang mempunyai ketahanan yang relatif tidak lama

b. Belum menggandeng Lembaga pembiayaan untuk mengembangkan usaha

3. Peluang

a. Konsumen merata

b. Permintaan stabil

c. Pemasaran keripik pisang masih terbilang mudah

4. Ancaman

a. Bahan baku sulit dicari di beberapa wilayah

b. Hama dan masalah lahan berpengaruh di masing masing wilayah

c. Tingkat persaingan

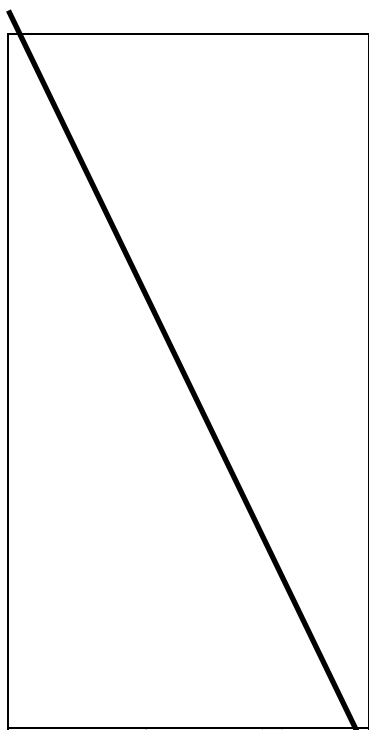
Analisis Matriks SWOT

Usaha keripik pisang jidan snack jika dilihat dari kekuatan dan peluangnya sangat ditentukan oleh pasokan ke pelanggan yang selalu terjaga dan konsumen

1. Kelemahan yang dianggap paling berat adalah belum melakukan *diversifikasi* produk olahan dan menggandeng Lembaga pangan dan pemasaran. Ancamannya yaitu masalah lahan dan hama yang kerap menyerang pohon pisang yang berpengaruh pada pertumbuhan pohon pisang yang digunakan sebagai bahan baku.

Tabel 1. Analisis Matriks SWOT

<p>Faktor Internal</p>	<p>Kekuatan (S)</p>	<p>Kelemahan (W)</p>
<p>Faktor Eksternal</p>	<p>1. Pasokan bahan baku dari supplier ke produsen lebih terjaga</p> <p>2. Bahan baku masih murah</p> <p>3. SDM baik</p> <p>4. Produk mudah untuk di pasarkan</p>	<p>1. Belum melakukan diversifikasi produk olahan keripik pisang</p> <p>2. Adanya keterbatasan lahan untuk menanam pohon pisang karena kontr tanah yang mempengaruhinya</p> <p>3. Mengandalkan modal dari pemilik, atau belum menggandeng lembaga pembiayaan untuk pengembangan usaha</p>
<p>Peluang(O)</p>	<p>Strategi SO (agresif)</p>	<p>Strategi WO (diversifikasi)</p>
<p>1. Konsumen merata</p> <p>2. Pemasaran keripik pisang terbilang mudah</p> <p>3. Permintaan stabil</p>	<p>1. Menjamin pemasok bahan baku pisang mentah dengan kualitas yang baik</p> <p>2. Memanfaatkan kemudahan memperoleh sarana produksi dan dekat dengan pasar, maka harus terus dilakukan upaya meningkatkan produksi, sehingga bisa memenuhi permintaan dan pesanan pelanggan</p>	<p>1. Meningkatkan diversifikasi produk keripik pisang, terutama rasa, kemasan dan ke higienisan yang baik, hal itu untuk menambah nilai jual produk</p> <p>2. Menggandeng lembaga pembiayaan untuk pengembangan usaha, atau menghasilkan produk keripik</p>

		pisang memanfaatkan pasar yangmasih sangat terbuka
		Ancaman (T)

<ol style="list-style-type: none"> 1. Fluktuasi harga bahan baku pembuatan keripik 2. Perubahan cuaca dan iklim 3. Penyakit dan hama tanaman 4. Ketersediaan bahan baku yang masih terbatas di beberapa wilayah 5. Tingkat persaingan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menjamin pasokan bahan baku pisang dengan meningkatkan SDM handal untuk memantau <i>supply</i> dan <i>demand</i>, sehingga tidak terjadi fluktuasi harga, dapat mengatasi penyakit dan hama tanaman pohon pisang, serta mengantisipasi perubahan cuaca dan iklim serta memenangkan persaingan 2. Memanfaatkan posisi dekat dengan pasar, sebaiknya tidak menjual keripik ke tengkulak, melainkan langsung ke pengecer keripik di pasar. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan diversifikasi produk Olahan keripik pisang untuk mengatasi fluktuasi harga dan harga pisang yang tidak sama pada setiap ukuran dan pemasok 2. Memperluas akses modal untuk menghadapi persaingan dan cengkraman pemasok serta melakukan diversifikasi, sehingga proses distribusi dapat langsung ke konsumen akhir dan fluktuasi, serta harga. 3. Mengantisipasi perubahan cuaca dan iklim, serta penyakit atau hama pada tanaman pohon pisang
--	---	---

Kesimpulan

1. Meningkatkan strategi pemasaran keripik pisang dengan ,mengandalkan teknologi digitalisasi yang dilakukan oleh pelaku UMKM pembuat keripik pisang sudah cukup baik, dan masih terus di kembangkan dengan hasil produksi yang cukup memuaskan, dimana jalur pemasaran keripik pisang yang dilakukan masih dengan cara yang lama sehingga keuntungan tidak maksimal sehingga dilakukanya peningkatan wawasan strategi pemasaran yang baik dan efektif dengan mengandalkan teknologi *digitalisasi* sehingga akan mendapatkan keuntungan yang lebih baik. Usaha pengembangan meningkatkan usaha UMKM keripik pisang ini akan dilakukan secara bertahap dan terus mengedukasi para pelaku UMKM untuk bisa lebih berkembang dan maju dalam mengembangkan usahanya .di dalam pengembangan ini sudah memasuki di *fase* pertumbuhan dan *stabilitas*. Dalam hal ini, strategi pengembangan dan pemasaran sudah mulai tertata dan lebih maju , mulai dari cara mempromosikan, *packaging* kemasan dan peningkatan kualitas produknya.

2. Strategi pemasaran adalah salah satu kunci untuk keberhasilan sebuah usaha berjalan dengan baik, hal ini karena dengan adanya strategi pemasaran maka *system* akan berjalan dengan baik mulai dari proses awal dan saat akan memasarkan produk, hal ini sangat membantu bagi para pelaku UMKM yang sedang merintis usaha baru, karena dengan strategi pemasaran yang tepat maka akan menghasilkan hasil yang maksimal.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka disarankan untuk UMKM keripik pisang jidan snack diantaranya:

1. Memanfaatkan media promosi untuk lebih memasarluaskan produksi keripik pisang
2. Meningkatkan kualitas produk,
3. Memanfaatkan keunggulan lokasi dan SDM handal untuk menjamin ketersediaan pasokan bahan baku dan menjaga kesehatan dan kualitas pangan, sehingga pasar potensial akan diraih dan konsumen akan loyal

Daftar Pustaka

Abdullah, T dan Tantri, F. 2012. Manajemen Pemasaran. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Arikunto, S. 2003. Manajemen Penelelitian. Jakarta: Rineka Cipta.

Bwstha, B dan Handoko, H. 2000. Konsep Pemasaran. Jakarta: Indeks Kelompok Gramedia.

David. 2006. Strategi Pemasaran. Jakarta: Indeks Kelompok Gramedia.

Lury ,C. 1998. Budaya Konsumen. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.