

MENINGKATKAN PENJUALAN DAN PENTINGNYA STRATEGI PEMASARAN USAHA MIKRO KECIL MENENGAH CENDOL MEN TABLEN PADA MASA PANDEMI COVID-19 DI DESA SELUMBUNG

**Ni Nyoman Ari Novarini¹⁾, I Komang Adi Suniyawan²⁾,
Ni Putu Nita Anggraini³⁾**

^{1, 2, 3)}Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mahasaraswati Denpasar
Email: novarini0511@unmas.ac.id

ABSTRAK

Desa Selumbung merupakan salah satu dari 12 Desa yang ada di wilayah Kecamatan Manggis terbagi menjadi 6 (enam) wilayah Banjar Dinas yaitu Banjar Dinas Bukitcatu, Banjar Dinas Kaleran, Banjar Dinas Kelodan, Banjar Dinas Tengah, Banjar Dinas Kanginan dan Banjar Dinas Anyar. Banjar Dinas Tengah Selumbung, Kecamatan. Manggis, Kabupaten Karangasem. UMKM ini berdiri lantaran mempunyai latar belakang karena awalnya sang pemilik usaha di PHK sementara lantaran Pandemi Covid-19, kemudian mencoba untuk membuka usaha cendol dalam kemasan ini, dan sudah berjalan 2 tahun di hitung dari tahun 2019. Dalam menjalankan usahanya, pemilik usaha mengajak istrinya untuk memperlancar operasional. Permasalahan yang ditemukan untuk diangkat menjadi sebuah program .Menurunnya minat pelanggan yang membeli produk semenjak Pandemi Covid 19 serta kurangnya pemahaman tentang strategi pemasaran melalui media online kepada masyarakat umum. Solusi serta program kerja yang dilakukan dengan memberikan edukasi mengenai manfaat pentingnya strategi pemasaran dan melakukan penyuluhan dengan memberikan materi cara mengelola bisnis yang efektif. Adapun kegiatan yang dilakukan Metode Pelaksanaan dan Metode Observasi Pelaksanaan kegiatan berlangsung selama 42 hari. Hal ini mampu meningkatkan pemahaman tentang pentingnya Strategi Pemasaran dan Promosi dalam meningkatkan omset penjualan terhadap UMKM untuk bertahan pada situasi Pandemi Covid-19. Pihak yang terlibat adalah pelaku UMKM dan Masyarakat sehingga mampu peningkatan penjualan dan strategi pemasaran secara online pada masa Pandemi Covid-19.

Kata Kunci: Penjualan, Strategi Pemasaran, UMKM, Pandemi Covid

ANALISIS SITUASI

Desa Selumbung merupakan salah satu dari 12 Desa yang ada di wilayah Kecamatan Manggis, yang terletak pada ketinggian 500 meter dari permukaan laut dengan luas wilayah keseluruhan 665,225 hektar atau 6,65 Km², yang terdiri dari : 39,0 hektar lahan perumahan dan pemukiman; 116,175 hektar berupa tanah sawah; 474,430 hektar berupa tegalan / kebun; serta 35,62 lahan lainnya, yang terbagi menjadi 6 (enam) wilayah Banjar Dinas Yaitu : Banjar Dinas Bukitcatu, Banjar Dinas Kaleran, Banjar Dinas Kelodan, Banjar Dinas Tengah, Banjar Dinas Kanginan dan Banjar Dinas Anyar. Banjar Dinas Tengah Selumbung, Kec. Manggis, Kab. Karangasem. UMKM ini berdiri lantaran mempunyai latar belakang karena awalnya sang pemilik usaha di PHK sementara lantaran Pandemi COVID-19, kemudian mencoba untuk

membuka usaha cendol dalam kemasan ini, dan sudah berjalan 2 tahun di hitung dari tahun 2019. Dalam menjalankan usahanya, pemilik usaha mengajak istrinya untuk memperlancar operasional.

PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan observasi yang dilakukan, beberapa masalah yang ditemukan untuk diangkat menjadi sebuah program, yaitu :

1. Menurunnya minat pelanggan yang membeli produk semenjak PSBB dan *physical distancing* diberlakukan. Apalagi semenjak ada pandemi membuat kebutuhan para konsumen berubah.
2. Kurangnya pemahaman tentang strategi pemasaran dimana pandemi seperti saat ini UMKM mengoptimalkan promosi melalui media internet. Hal ini menyebabkan sedikit masyarakat yang tahu tentang produk ini.

SOLUSI YANG DIBERIKAN

Meningkatkan Penjualan dan Strategi Pemasaran UMKM Cendol Men Tablen pada masa Pandemi COVID-19 di Desa Selumbang, dengan spesifikasi program kerja sebagai berikut:

1. Memberikan masukan dan edukasi mengenai manfaat pentingnya strategi pemasaran.
2. Melakukan penyuluhan dengan memberikan materi cara mengelola bisnis dengan baik.

METODE PELAKSANAAN

Pelaksanaan kegiatan, Meningkatkan Penjualan dan Strategi Pemasaran UMKM Cendol Men Tablen pada masa Pandemi Covid-19 di Desa Selumbang dari tanggal 26 Februari –14 April 2021. Adapun tempat pelaksanaan kegiatan, Desa Adat Selumbang, Kabupaten Karangasem. Adapun kegiatan yang dilakukan Metode Pelaksanaan dan Metode Observasi:

1. Metode Observasi
Metode ini adalah melakukan observasi mengenai bagaimana keadaan di sekitar lingkungan UMKM Cendol Men Tablen
2. Metode Diskusi
Metode ini adalah melakukan diskusi dengan pemilik usaha dengan maksud dan tujuan untuk meminta izin untuk melaksanakan kegiatan pengabdian masyarakat.
3. Metode Pelaksanaan
Metode ini merupakan tindakan langsung dalam meningkatkan penjualan dan strategi pemasaran UMKM Cendol Men Tablen pada masa Pandemi Covid-19 dengan cara mengedukasi mitra tentang manfaat pentingnya strategi pemasaran dan cara mengelola bisnis dengan baik

HASIL PENGABDIAN DAN PEMBAHASAN

Kegiatan ini tercapai dan mampu meningkatkan penjualan dan strategi pemasaran UMKM Cendol Men Tablen pada masa Pandemi Covid-19 di Desa Selumbang telah berhasil ditingkatkan melalui pembekalan edukasi, pengawasan dan pendampingan.

Meningkatkan Penjualan dan Strategi Pemasaran UMKM Cendol Men Tablen pada masa Pandemi Covid 19 di Desa Selumbang telah berhasil ditingkatkan melalui pembekalan edukasi, pengawasan dan pendampingan. Dari hasil kegiatan yang saya lakukan, perkembangan terhadap omset penjualan berangsur bertambah secara signifikan dari minggu ke minggu, Adapun factor pendukung keberhasilan kegiatan yang dimaksud adalah telah mulai tumbuhnya pemahaman tentang pentingnya Strategi Pemasaran dan Promosi dalam meningkatkan omset penjualan terhadap UMKM untuk bertahan pada situasi Pandemi Covid-19. Pihak yang terlibat adalah pelaku UMKM dan Masyarakat sehingga mampu peningkatan penjualan dan strategi pemasaran secara online pada masa Pandemi Covid-19. Adapun kegiatan yang dilaksanakan sebagai berikut:

1. Memberikan masukan dan edukasi mengenai manfaat pentingnya strategi pemasaran.



2. Melakukan penyuluhan dengan memberikan materi cara mengelola bisnis dengan baik.



Produk Cendol Men Tablen

DAFTAR PUSTAKA

LPPM, 2021. Buku Panduan Pengabdian Kepada Masyarakat Peduli Bencana Covid-19. Pusat Kajian Pemerdayaan Masyarakat dan Kuliah Kerja Nyata. Universitas Mahasaraswati Denpasar.

Tjiptono, Fandy (1997). *Strategi Pemasaran* (edisi ke-2). Yogyakarta: ANDI Publisher. ISBN 979-731-381-6.

<http://ktrperbekselumbang.blogspot.com/2010/11/profil-desa.html>

<https://bitlabs.id/blog/pengertian-strategi-pemasaran/>