

UPAYA MENINGKATKAN PEMASARAN USAHA RUMAHAN “ANEKA CEMILAN” PADA MASA PANDEMI COVID-19 DI DESA PUNGGUL

Ni Luh Putu Sukarniasih¹, I Made Sukerta², Nyoman Yudiarini³

¹Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mahasaraswati Denpasar

^{2,3}Fakultas Pertanian dan Bisnis Universitas Mahasaraswati Denpasar

Email: sukarniasih24@gmail.com, mdsukerta.unmas@gmail.com

ABSTRAK

Pemasaran adalah bentuk aktivitas, serangkaian institusi dan proses menciptakan, menyampaikan dan mempertukarkan tawaran yang bernilai bagi pelanggan, mitra dan masyarakat umum. Pemasaran dimulai dengan pemenuhan kebutuhan manusia yang kemudian bertumbuh menjadi keinginan manusia. UMKM usaha rumahan di Desa Punggul perlu mendapatkan sosialisasi atau penyuluhan tentang strategi pemasaran di masa pandemic covid-19, karena dari observasi terlihat bahwa penjualan UMKM usaha rumahan menurun semenjak masa pandemi covid-19 dikarenakan kurangnya strategi pemasaran yang dilakukan UMKM usaha cemilan. Selain itu pemilik UMKM usaha cemilan juga kurangnya pengetahuan terhadap pemanfaatan social media sebagai alat pemasaran. Promosi yang dilakukan juga masih melakukan tatap muka langsung atau yang disebut dengan door to door. Pengabdian masyarakat mengenai sosialisasi ataupun penyuluhan tentang strategi pemasaran di masa pandemic covid-19 dan penjelasan tentang pemanfaatan social media sebagai alat pemasaran serta pelatihan promosi produk menggunakan social media. Selain memberikan sosialisasi/penyuluhan tentang strategi pemasaran pada masa pandemic covid-19 pengabdian masyarakat ikut terjun langsung dalam proses pengemasan produk hingga melakukan proses pemasaran melalui media social.

Kata kunci: strategi pemasaran, sosialisasi, UMKM, Covid-19

ANALISIS SITUASI

Usaha rumahan aneka cemilan milik Bu Rani merupakan usaha yang bergerak di bidang makanan ringan dan melayani berbagai macam cemilan, yang berlokasi di Jl. Belangsinga No. 02, Desa Punggul, Kecamatan Abiansema, Kabupaten Badung, beroperasi dari jam 10.00-16.00 WIT, tergantung banyaknya permintaan dari konsumen dan memiliki 5 orang karyawan, sebelum adanya wabah covid-19 jumlah karyawan aneka cemilan Bu Rani

berjumlah 3 orang sedangkan sekarang bertambah lagi 2 orang yaitu ibu-ibu yang kehilangan mata pencaharian karena adanya social distancing.

Dalam kegiatan produktifnya usaha aneka cemilan Bu Rani setiap harinya mengemas berbagai macam cemilan dari kacang-kacangan, berbagai macam snack dan keripik pedas. Dikerjakan oleh tenaga ibu-ibu rumah tangga dan beberapa ibu-ibu yang kehilangan mata pencaharian semenjak adanya social distancing.

Usaha aneka cemilan Bu Rani melayani pesanan yang diinginkan konsumen, dimana konsumen bisa mendatangi tempat usaha dengan menentukan produk apa saja yang dipesan dan dengan harga yang diinginkan untuk satu pcsnya. Usaha aneka cemilan Bu Rani juga menitipkan barangnya di warung-warung terdekat hingga toko grosiran, dengan memberikan ongkos atau laba yang didapat oleh pemilik toko dari produk yang dititipkan atau disebut juga bagi hasil. Usaha aneka cemilan Bu Rani juga melayani pemesana produk untuk banten, pernikahan, arisan pertemuan dan lain-lain. Sasaran pasar dari aneka cemilan Bu Rani adalah warung-warung, toko grosiran dan seluruh masyarakat yang membutuhkan cemilan ataupun yang suka makanan ringan, baik dari bawah, menengah dan kalangan atas, semua tergantung permintaan pemesanan dalam rangka memenuhi segala permintaan pasar.

Semenjak adanya wabah covid-19 dan adanya himbuan social distancing dari pemerintah untuk mencegah tersebarnya virus covid-19 menyebabkan banyaknya permintaan penjualan dari konsumen menurun dan produk yang dititipkan di warung-warung tidak habis dijual, sehingga banyak produk yang dikembalikan dan di tukar karena sudah lembek dan terlalalu lama dalam kemasan, menyebabkan tidak lakunya produk-produk tersebut. Kondisi ini menyebabkan modal yang dimiliki semakin menipis sehingga untuk pembelian kembali bahan baku

menjadi semakin sedikit. Untuk memperoleh bahan bakupun menjadi susah karena semenjak pademi covid-19 dan social distancing pengiriman barang bahan baku menjadi terhambat. Sehingga menimbulkan masalah bagi perekonomian di usaha aneka cemilan Bu Rani, oleh karena itu perlu adanya usaha yang dapat memulihkan perekonomian atau pendapatan usaha aneka cemilan Bu Rani. Ditambah lagi faktor geografis dari aneka cemilan Bu Rani yang jauh dari pusat keramaian karena tempat usahanya memasuki gang, menyebabkan proses pemasaran ditengah pandemi covid-19 dan social distancing ini hanya berjalan di wilayah terdekat saja. Sistem penjualan yang selama ini digunakan oleh aneka camilan Bu Rani adalah dengan cara memasarkan sendiri produk-produknya secara langsung, dengan membawa produk ke warung-warung dan toko grosiran harus melalui tatap muka dengan pemilik warung dan untuk pemasaran secara online belum pernah dilakukan karena kurangnya pengetahuan mitra terhadap manfaat media social sebagai pemasaran.

Hal ini dapat menjadi masalah karena tidak efisiennya dalam proses penjualan produk. Jika hanya mengandalkan sistem penjualan tersebut, maka pendapatan perusahaan tidak mengalami peningkatan secara signifikan. Selain itu perkembangan perusahaan dinilai agak lambat. Oleh karena itu perlu dirancang suatu sistem atau strategi pemasaran di tengah pandemi covid-19 secara online dengan menggunakan media

internet atau social media lainnya dengan tujuan dapat meningkatkan *volume* penjualan, sehingga pendapatan perusahaan meningkat.

PERUMUSAN MASALAH

1. Menurunnya penjualan dimasa pandemi covid-19 karena kurangnya strategi pemasaran
2. Kurangnya pengetahuan pemanfaatan media social sebagai alat pemasaran.

SOLUSI YANG DIBERIKAN

1. Memberikan sosialisasi tentang strategi pemasaran, membuat akun instagram, membuat label nama dan mempromosikan produk usaha menggunakan facebook dan instagram guna untuk meningkatkan penjualan di masa pandemi covid-19.
2. Memberikan edukasi dan pelatihan tentang pemanfaatan media social sebagai alat untuk pemasaran dan melakukan pelatihan pengaplikasian dan pelatihan promosi

METODE PELAKSANAAN

Dalam kegiatan kali ini Pengabdian Masyarakat Universitas Mahasaraswati Denpasar yang dilaksanakan oleh mahasiswa Ni Luh Putu Sukarniasih dan Nyoman Yudiarini sebagai dosen pembimbing sekaligus penanggung jawab kegiatan, dengan melaksanakan kegiatan memberikan sosialisasi tentang strategi pemasaran dimasa pandemi covid-19, pembuatan akun instagram sebagai sistem pemasaran,

membuat label nama untuk menarik para pelanggan dan mempermudah konsumen dalam pemasaran, mempromosikan produk usaha dengan facebook dan instagram guna untuk meningkatkan penjualan dan memberikan edukasi dan pelatihan pemanfaatan media social sebagai alat untuk pemasaran dan melakukan pelatihan pengaplikasian serta pelatihan promosi menggunakan social media oleh mitra.

HASIL PENGABDIAN DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan di UMKM usaha rumahan yang menjual aneka cemilan. Melihat usaha rumahan yang terdampak covid-19 sehingga sulit berkembang ditengah pandemi covid-19, maka Pengabdian Masyarakat Universitas Mahasaraswati melakukan sosialisasi atau penyuluhan tentang startegi pemasaran di masa pandemi covid-19 untuk mrningkatkan penjualan.

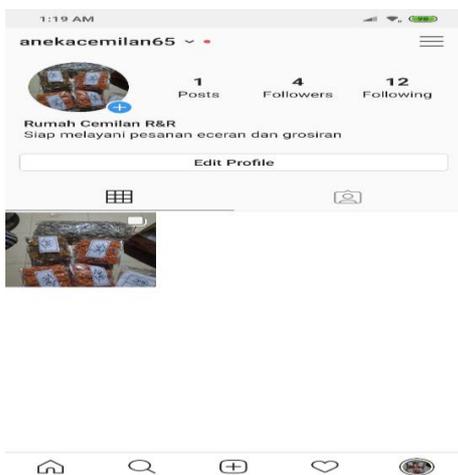


Gambar1. Mahasiswa Universitas Mahasaraswati Denpasar memberikan sosialisasi atau penyuluhan

Membuatkan akun instagram sebagai sistem pemasaran, berjalan dengan baik karena sebelumnya

UMKM usaha rumahan belum memiliki akun instagram sehingga melakukan promosi melalui tatap muka langsung atau door to door.

Pemilik UMKM usaha rumahan merespon dengan baik kegiatan ini untuk mempromosikan usahanya guna untuk meningkatkan penjualannya, tidak hanya sang pemilik usaha yang mempromosikan tetapi kami juga ikut terjun dalam melakukan promosi.



Gambar 2. Gambar hasil pembuatan akun instagram.

Pelaksana kegiatan mahasiswa Ni Luh Putu Sukarniasih juga secara langsung dengan membuat label nama untuk produk sehingga dapat menarik para pelanggan dan memudahkan para konsumen dalam pemesanan. Dalam kegiatan ini pelaksana juga melakukan promosi menggunakan facebook dan akun instagram mahasiswa itu sendiri guna untuk memperkenalkan UMKM tersebut ke social media agar orang-orang mudah menemukan dan memesan pada saat masa pandemi covid-19 ini. Karena pada masa pandemi ini kebanyakan masyarakat

yang enggan keluar rumah, sehingga kami membantu untuk mempermudah pemesanannya melalui akun instagram.



Gambar 4. Memberikan label nama dan pemasangan label nama

Memberikan edukasi dan pelatihan tentang pemanfaatan social media sebagai alat untuk pemasaran dan melakukan pelatihan pengaplikasian dan pelatihan promosi kegiatan dalam mengatasi kurangnya pengetahuan pemanfaatan social media sebagai alat pemasaran dapat dikatakan berhasil karena keterbukaan mitra terhadap kurangnya pengetahuan pemanfaatan media social sebagai alat pemasaran dan melakukan pelatihan promosi menggunakan social media oleh mitra, sehingga kedepannya mitra mampu mempromosikan produk dengan sendirinya serta mampu meningkatkan penjualan UMKM usaha rumahan.



Gambar 6. Melaksanakan pendampingan dan monitoring ketiatan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan urian sebelumnya, kesimpulan yang dapat diambil dari berjalannya kegiatan program kerja ini ialah kesulitan yang dihadapi UMKM usaha dimasa pandemi covid-19 mengakibatkan menurunnya penjualan karena kurangnya pemasaran.

Pemasaran adalah bentuk aktivitas, serangkaian institusi dan proses menciptakan, menyampaikan dan mempertukarkan tawaran yang

bernilai bagi pelanggan, mitra dan masyarakat umum. Pemasaran dimulai dengan pemenuhan kebutuhan manusia yang kemudian bertumbuh menjadi keinginan manusia.

Solusi yang diberikan oleh penulis selaku mahasiswa pengabdian pada masyarakat di UMKM usaha rumahan Desa Punggul memberikan sosialisasi tentang strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan dimasa pandemi covid-19, pembuatan akun instagram sebagai sistem pemasaran, pembuatan label nama produk untuk menarik pelanggan dan memudahkan konsumen dalam pemesanan, mempromosikan produk usaha menggunakan facebook dan instagram, memberikan edukasi pemanfaatan media sosial sebagai alat pemasaran dan melakukan pelatihan mengaplikasikan dan pelatihan promosi. Sehingga diharapkan mampu meningkatkan jumlah penjualan dimasa pandemi covid-19 melalui program-program kerja yang ditetapkan mahasiswa pada kegiatan pengabdian masyarakat.

Dari kegiatan yang sudah dilaksanakan dapat disimpulkan ketuntasan pelaksanaan kegiatan sudah berlangsung dengan baik dan berjalan dengan lancar.

Dengan adanya metode penyuluhan, pelatihan, serta pendampingan tersebut akan mampu meningkatkan penjualan sehingga mampu meningkatkan perekonomian

UMKM di tengah masa pandemi covid-19.

*COVID-19 Universitas
Mahasaraswati Denpasar.
Denpasar.*

DAFTAR PUSTAKA

LPPM. 2020. *Buku Pedoman
Pengabdian Kepada
Masyarakat Peduli Bencana*

*Tim Penyusun. 2020. Buku Panduan
Pengabdian Kepada
Masyarakat Denpasar. UNMAS
Denpasar*