

---

## **PENERAPAN STRATEGI PEMASARAN MELALUI DIGITAL MARKETING DAN PACKAGING SEBAGAI UPAYA PENINGKATAN PENJUALAN PADA UMKM JAJANAN KHAS BALI IBU WAYAN DI DESA PENATIH**

**Ary Wira Andika<sup>1,\*</sup>, Ni Wayan Marta Ariningsih<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup>Universitas Mahasaraswati Denpasar, Bali, 80233, Indonesia

\*Email: arywira@unmas.ac.id

### **ABSTRAK**

Tujuan diselenggarakannya kegiatan pengabdian kepada masyarakat adalah untuk mengetahui pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat pada UMKM Jajanan Khas Bali Ibu Wayan Jl. Siulan Gg. Ratna No.1 Penatih, sudah terlaksana dengan optimal atau belum dan mengetahui kendala apa saja yang dihadapi mahasiswa selama menjalankan pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat pada UMKM Jajanan Khas Bali Ibu Wayan Jl. Siulan Gg. Ratna No.1 Penatih. Metode pelaksanaan yang diterapkan saat pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat pada UMKM Jajanan Khas Bali Ibu Wayan Jl. Siulan Gg. Ratna No.1 Penatih adalah dimulai dengan metode survei, pembekalan, pelatihan hingga pendampingan. Dimana ilmu yang kita pelajari dibangku perkuliahan dapat kita implementasikan kepada masyarakat. Metode evaluasi pelaksanaan program pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ditinjau dari keberlangsungan program kerja dan keefektifan, keberlangsungan program pada sasaran dari setiap program kerja.

**Kata Kunci:** UMKM, Jajanan Khas Bali, Metode, Program.

### **ANALISIS SITUASI**

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat adalah suatu kegiatan berupa pengabdian kepada masyarakat, mahasiswa terjun ke lapangan agar mengetahui secara langsung bagaimana kondisi atau kekurangan dari lokasi dimana tempat mahasiswa melakukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat, serta potensi apa yang sekiranya dapat dijadikan pertimbangan bagi mahasiswa untuk mengembangkannya melalui program kerja yang akan dibuat oleh mahasiswa. Dengan adanya kegiatan pengabdian kepada masyarakat, mahasiswa diberikan wadah untuk menerapkan ilmu yang didapat selama melaksanakan kegiatan kuliah dan diharapkan bermanfaat bagi masyarakat.

Menurut Kotler & Keller (2005) pemasaran adalah mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan sosial. Sedangkan, menurut Tjiptono & Diana (2020) pemasaran merupakan proses menciptakan, mendistribusikan, mempromosikan, menetapkan harga barang atau jasa, gagasan untuk memfasilitasi relasi pertukaran yang memuaskan dengan para pelanggan dan untuk membangun serta mempertahankan relasi yang positif dengan

para pemangku kepentingan dalam lingkungan yang dinamis. Menurut Kotler & Armstrong (2008) packaging adalah aktivitas merancang dan memproduksi wadah atau pembungkus suatu produk. Packaging merupakan proses yang berkaitan dengan perancangan dan pembuatan wadah atau pembungkus untuk suatu produk (Tjiptono, 2002).

UMKM Jajanan Khas Bali Ibu Wayan adalah salah satu jenis usaha yang berada di Daerah Kota Denpasar yang beralamat di Jl. Siulan Gg. Ratna No. 1 Penatih, Kec. Denpasar Timur, Kota Denpasar. Tema pengabdian kepada masyarakat yang dibuat penulis adalah Digitalisasi Pemasaran, yang dimana pada saat awal dimulainya kegiatan pengabdian kepada masyarakat penulis mulai melakukan survei untuk mengetahui permasalahan yang ada pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) tersebut. Penyebab menurunnya daya tahan UMKM adalah dikarenakan oleh penjualan produk yang hanya mengandalkan tatap muka atau pertemuan secara langsung antara konsumen dengan produsen serta masalah pada kemasan yang digunakan pelaku usaha sangat kurang menarik perhatian atau minat pembeli.

Dari beberapa permasalahan yang ada, penulis tertarik untuk memilih permasalahan mengenai pemasaran dan packaging. Pada saat melakukan survei penulis mendapati bahwa pelaku usaha belum menerapkan upaya pemasaran yang baik dan optimal. Mengingat bahwa era digitalisasi sudah semakin maju dan canggih, baiknya pemasaran dapat dilakukan melalui sosial media dan dibantu dengan pembuatan packaging yang menarik. Sosial media merupakan upaya yang ampuh untuk mempromosikan dan memperluas jangkauan pemasaran produk melalui internet. Dengan adanya pemasaran digital maka Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dapat bertahan dan tetap berkembang dalam kondisi saat ini. Tidak hanya memfokuskan pada pemasaran digital, pemasaran yang optimal juga perlu dibarengi dengan kemasan atau packaging produk yang menarik. Faktor penting untuk memenangkan persaingan adalah memiliki kemasan yang menarik. Kemasan adalah bagian terluar yang pertama kali dilihat sebelum produk yang didalamnya. Kemasan yang menarik akan memberikan nilai plus pada konsumen yang sedang membedakan beberapa produk dengan bentuk atau jenisnya yang hampir sama.

Dari masalah tersebut penulis termotivasi untuk melakukan program kerja berupa melakukan survei produk pada UMKM, pembekalan atau sosialisasi kepada seluruh karyawan mengenai pentingnya digitalisasi pemasaran, pelatihan pembuatan kemasan atau packaging yang menarik serta pendampingan pemasaran melalui sosial media seperti instagram dan tiktok guna meningkatkan dan memperluas jangkauan pemasaran.

## **PERUMUSAN MASALAH**

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang telah saya lakukan dengan pemilik UMKM Jajanan Khas Bali Ibu Wayan, diperoleh hasil bahwa para karyawan belum

memahami sistem pengembangan pemasaran optimal, sehingga menyebabkan terjadinya pengembangan pemasaran yang kurang memuaskan.

### **SOLUSI YANG DIBERIKAN**

Solusi yang dapat diberikan dari masalah yang terjadi adalah :

1. Melakukan survei produk pada UMKM Jajanan Khas Bali Ibu Wayan.
2. Pembekalan atau sosialisasi kepada seluruh karyawan mengenai pentingnya digitalisasi pemasaran.
3. Pelatihan pembuatan kemasan atau packaging yang menarik pada produk UMKM Jajanan Khas Bali Ibu Wayan.
4. Pendampingan pemasaran melalui sosial media seperti instagram dan tiktok guna meningkatkan dan memperluas jangkauan pemasaran.

### **METODE PELAKSANAAN**

Metode yang digunakan dalam Penerapan Strategi Pemasaran Melalui Digital Marketing Dan Packaging Sebagai Upaya Peningkatan Penjualan Pada UMKM Jajanan Khas Bali Ibu Wayan Di Desa Penatih adalah:

1. Melakukan survei produk pada UMKM Jajanan Khas Bali Ibu Wayan.  
Hal ini dilakukan untuk menganalisis serta mengidentifikasi strategi pemulihan kinerja UMKM.
2. Pembekalan atau sosialisasi kepada seluruh karyawan UMKM mengenai pentingnya digitalisasi pemasaran.  
Dalam hal ini penulis mengedukasi seluruh karyawan melalui power point presentasi sosialisasi mengenai pentingnya sosial media dan packaging guna meningkatkan penjualan.
3. Pelatihan pembuatan kemasan atau packaging yang menarik pada produk UMKM Jajanan Khas Bali Ibu Wayan.  
Hal ini bertujuan untuk menambah daya tarik konsumen akan suatu produk yang kita perdagangkan. Kemasan bisa menambah daya tarik konsumen untuk membelinya. Bahkan jika desainnya unik, konsumen akan menyimpan kemasan tersebut dan tidak ingin membuangnya.
4. Pendampingan pemasaran melalui sosial media seperti instagram dan tiktok.  
Dengan penulis membantu memperkenalkan produk UMKM melalui sosial media, penulis berharap hal ini dapat membantu untuk meningkatkan pendapatan penjualan dan memperluas jangkauan pemasaran produk UMKM.

### **HASIL PENGABDIAN DAN PEMBAHASAN**

Penerapan Strategi Pemasaran Melalui Digital Marketing Dan Packaging Sebagai Upaya Peningkatan Penjualan Pada UMKM Jajanan Khas Bali Ibu Wayan Di Desa

Penatih, telah berhasil ditingkatkan melalui survei, pembekalan, pelatihan hingga pendampingan.

Upaya peningkatan penjualan yang baik dan optimal dilakukan dengan kegiatan survei produk pada UMKM untuk menganalisis dampak pandemi pada kelangsungan UMKM serta mengidentifikasi strategi pemulihan kinerja UMKM. Kedua, pembekalan atau sosialisasi mengenai pentingnya digitalisasi pemasaran. Ketiga, pelatihan dengan mengajak seluruh karyawan untuk mengemas produk dengan packaging yang lebih menarik. Keempat, pendampingan pemasaran melalui sosial media seperti instagram dan tiktok untuk memperluas jangkauan pemasaran.



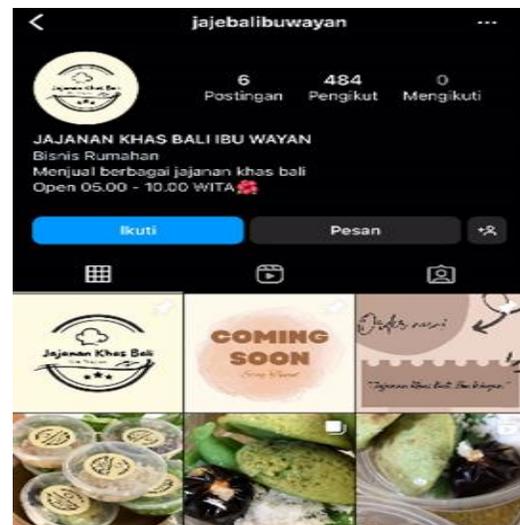
**Gambar 1.** Survei produk pada UMKM untuk menganalisis serta mengidentifikasi strategi pemulihan kinerja UMKM.



**Gambar 3.** Pelatihan pengemasan produk dengan packaging yang lebih menarik.



**Gambar 2.** Pembekalan atau sosialisasi mengenai pentingnya digitalisasi pemasaran.



**Gambar 4.** Pendampingan pemasaran melalui sosial media seperti instagram dan tiktok untuk memperluas jangkauan pemasaran.

## **SIMPULAN DAN SARAN**

Penerapan Strategi Pemasaran Melalui Digital Marketing Dan Packaging Sebagai Upaya Peningkatan Penjualan Pada UMKM Jajanan Khas Bali Ibu Wayan Di Desa Penatih secara keseluruhan kegiatan yang telah dilakukan berjalan dengan baik dan lancar. Melalui program melakukan survei produk pada UMKM, pembekalan atau sosialisasi kepada seluruh karyawan mengenai pentingnya digitalisasi pemasaran, pelatihan pembuatan kemasan atau packaging yang menarik serta pendampingan pemasaran melalui sosial media seperti instagram dan tiktok guna meningkatkan dan memperluas jangkauan pemasaran. Dengan adanya program ini penulis berharap seluruh karyawan UMKM Jajanan Khas Bali Ibu Wayan nantinya dapat terus menerapkan cara atau upaya pemasaran yang baik dan optimal mengingat bahwa jumlah pesaing semakin banyak, maka harus dibarengi dengan pemanfaatan digitalisasi yang sudah semakin maju dan canggih.

Diharapkan kepada seluruh karyawan UMKM Jajanan Khas Bali Ibu Wayan dapat terus mengikuti dan menerapkan perkembangan teknologi digital dengan baik dan optimal agar nantinya UMKM ini tidak kalah bersaing dengan UMKM lainnya.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- LPPM. 2021. *Buku Panduan Pengabdian Kepada Masyarakat Peduli Bencana COVID-19 (KAPPC) Universitas Mahasaraswati Denpasar*. Denpasar.
- Hidayat, Rahmat. "Pengertian, Fungsi dan Indikator Kemasan (Packaging) Suatu Produk". *KitaPunya.net*, 23 Desember 2018.
- Tjiptono dan Diana. 2020. *Pemasaran*. Makassar: ANDI.
- Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.