

STRATEGI MENINGKATKAN PEMASARAN UMKM CAHAYA KOPI MELALUI MEDIA SOSIAL DI BR.PUSEH DESA PEJENG

Kadek Apriliani¹⁾, Dewa Ayu Putri Dewantari²⁾ Dr. Putu

Kepramareni,S.E.,M.M³⁾

Universitas Mahasaraswati Denpasar

Email: avrillhya@unmas.ac.id

ABSTRAK

Pemasaran adalah kegiatan yang dilakukan oleh suatu perusahaan untuk mempromosikan produk atau layanan yang mereka punya. Tidak hanya perusahaan besar yang bisa melakukan pemasaran ini namun, usaha seperti usaha perorangan ataupun UMKM juga dapat melakukan promosi. Dalam melakukan promosi, pihak akan menargetkan orang-orang yang sesuai dengan produk yang dipasarkan. Promosi tidak hanya dilakukan pada media masa, saat ini media elektronik pun menjadi salah satu tempat melakukan promosi yang sangat menjanjikan dan usaha atau poduk dapat dikenal lebih luas. Namun tidak semua orang dapat mengaplikasikan atau mengetahui bagaimana cara mempromosikan produknya ke media online tersebut seperti UMKM Cahay Kopi yang kemungkinan masih asing dengan media online saat ini. UMKM Cahaya Kopi yang beralokasi di Desa Pejeng, yang masih belum memahami bagaimana mempromosikan produk melalui media sosial. UMKM merupakan sebagai bisnis yang dijalankan individu, rumah tangga, atau badan usaha ukuran kecil. UMKM Cahaya Kopi ini merupakan industri rumahan yang menjual produknya sesuai permintaan dan bergantung pada toko-toko disekitar tempat produksinya. Dari hasil observasi mitra kurang memahami pentingnya kemasan untuk menari konsumen dan mitra juga kurang memahami media sosial untuk mempromosikan produknya. Maka dari itu kegiatan Pengabdian Pada Masyarakat yang dilakukan oleh Universitas Mahasaraswati Denpasar ini memiliki tujuan untuk membantu mengembangkan strategi pemasaran dan membantu untuk mendampingi pemilik UMKM untuk melakukan pemasaran melalui media sosial. Salah satunya yaitu Usaha Cahaya Kopi ini yang akan dijadikan mitra untuk melakukan pengabdian kepada masrakat.

Kata Kunci : Pemasaran, Promosi, UMKM

ANALISIS SITUASI

Virus corona pertama kali ditemukan di kota Wuhan, Cina. Menurut WHO (2020) penyakit Covid-19 adalah penyakit menular yang disebabkan oleh corona virus yang baru ditemukan. Sebagian besar orang yang terinfeksi virus Covid-19 akan mengalami penyakit pernapasan ringan hingga sedang dan sembuh tanpa memerlukan perawatan khusus. Saat ini virus corona telah menyebar ke berbagai Negara salah satunya yaitu Negara Indonesia. Virus corona ini memiliki dampak yang sangat berpengaruh terhadap perekonomian. Penyebab rendahnya pertumbuhan ekonomi di Indonesia ini adalah turunnya minat konsumsi dan investasi masyarakat, baik lingkup rumah tangga maupun lingkup pemerintah. Posisi ekonomi saat ini juga sangat terdampak karena pandemi virus covid-19 yang makin hari makin meningkat

jumlahnya di Indonesia sejak bulan Maret 2020. kegiatan ekonomi terhenti di seluruh dunia, dan dampak ini sendiri sangat terasa di Indonesia baik perusahaan besar maupun perusahaan kecil dan menengah.

Menurut WHO, pandemi adalah skala penyebaran penyakit yang terjadi secara global di seluruh dunia. Namun, ini tidak memiliki sangkut paut dengan perubahan pada karakteristik penyakitnya. suatu wabah sebagai pandemi artinya WHO memberi alarm pada pemerintah semua negara dunia untuk meningkatkan kesiapsiagaan untuk mencegah maupun menangani wabah.

Virus corona ini memiliki dampak yang sangat berpengaruh terhadap perekonomian. Penyebab rendahnya pertumbuhan ekonomi di Indonesia ini adalah turunnya minat konsumsi dan investasi masyarakat, baik lingkup rumah tangga maupun lingkup pemerintah.

Pandemi Covid-19 memberikan dampak yang signifikan terhadap perekonomian masyarakat. Banyak masyarakat pendapatannya berkurang. Para pedagang mengalami kerugian besar dengan adanya covid-19 ini.

Salah satu yang merasakan berdampak pandemik ini yaitu UMKM Cahaya Kopi, UMKM ini merupakan salah satu UMKM yang beralokasi di desa Pejeng Kecamatan Tampaksiring tepatnya di Br. Puseh Pejeng. Usaha ini mulai berdiri sejak tahun 2020 yang memiliki 3 orang karyawan. Berdasarkan hasil observasi kami mengetahui bahwa pada UMKM Cahaya Kopi ini mengalami penurunan penjualan pada produknya dan kurang dalam mengaplikasikan sosial media sebagai wadah untuk promosi. Usaha ini juga masih kurang dalam pengemasan untuk menarik perhatian konsumen. Dengan hal ini diperlukan strategi untuk meningkatkan pemasaran atau penuaian UMKM ini serta pentingnya packaging produk.

PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan analisis situasi diatas maka dapat dirumuskan permasalahan yaitu, kurangnya penerapan keamanan dalam proses pembuatan, kurangnya penerapan protocol kesehatan seperti tidak memakai masker dan tidak menggunakan sarung tangan serta alat sanitasi, kurangnya pemahaman tentang pemasaran produk melalui media sosial, dan kurangnya pemasangan label dalam pengemasan produk.

SOLUSI YANG DIBERIKAN

Dari permasalahan yang ada maka akan diberikan solusi yaitu :

1. Memberikan penyuluhan tentang pentingnya protocol kesehatan dan keamanan dalam melakukan usaha
2. Mendampingi mitra cara membuat/mendesain merek atau lebel produk yang akan digunakan dalam kemasan produk yang akan dipasarkan.
3. Memberikan penyuluhan dan pelatihan tentang pentingnya pengemasan produk untuk menarik perhatian konsumen

4. Memberikan penyuluhan dan pelatihan tentang cara memasarkan produk melalui media sosial online seperti instagram dan facebook.

METODE PELAKSANAAN

1. Metode Penyuluhan/Sosialisasi

Metode penyuluhan merupakan metode yang digunakan untuk memberikan penyuluhan kepada pemilik UMKM Cahaya Kopi mengenai cara membuat/mendesain merek atau label produk dan memasarkan produk melalui media sosial online.

2. Metode Demonstrasi

Demonstrasi adalah metode mengajar dengan cara memperagakan barang, kejadian, aturan dan urutan melakukan kegiatan, baik secara langsung maupun melalui penggunaan media pengajaran yang relevan dengan pokok bahasan atau materi yang sedang disajikan.

3. Metode Praktik

Metode praktik merupakan metode yang digunakan untuk mempraktikkan cara memasarkan Kopi menggunakan media sosial online baik itu melalui Facebook atau Instagram.

HASIL PENGABDIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil pengabdian masyarakat ini dilaksanakan di Desa Pejeng tepatnya di Br. Puseh Desa Pejeng, Kecamatan Tampaksiring, Gianyar. Upaya untuk membantu UMKM Cahaya Kopi di Br. Puseh, Desa Pejeng dalam memasarkan produknya agar dapat meningkatkan penjualan telah berhasil ditingkatkan dengan program kerja pengabdian masyarakat, yaitu sosialisasi mengenai strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan UMKM Nasi Jinggo pada masa pandemi Covid-19, dengan melakukan penyuluhan kepada Mitra UMKM Cahaya Kopi mengenai cara membuat label atau merek dan cara memasarkan produk Cahaya Kopi menggunakan media sosial online Facebook dan Instagram.

Pengabdian masyarakat yang dilaksanakan di Br. Puseh, Desa Pejeng telah berhasil meningkatkan pemahaman pemilik UMKM melalui penyuluhan yang diberikan, dengan melakukan penyuluhan kepada pemilik UMKM Cahaya Kopi mengenai cara membuat label atau merek dan cara memasarkan produk Cahaya Kopi menggunakan media sosial online Facebook dan Instagram.

Setelah diberikannya sosialisasi mengenai strategi pemasaran produk UMKM Cahaya Kopi di Br. Puseh Desa Pejeng. Selanjutnya melakukan kegiatan pendampingan cara membuat / mendesain merek atau label produk yang akan digunakan untuk memasarkan produk dengan melibatkan pemilik usaha Cahaya Kopi di Br. Puseh, Desa Pejeng, Gianyar.



Gambar 1. Pendampingan cara membuat / mendesain merek atau label produk

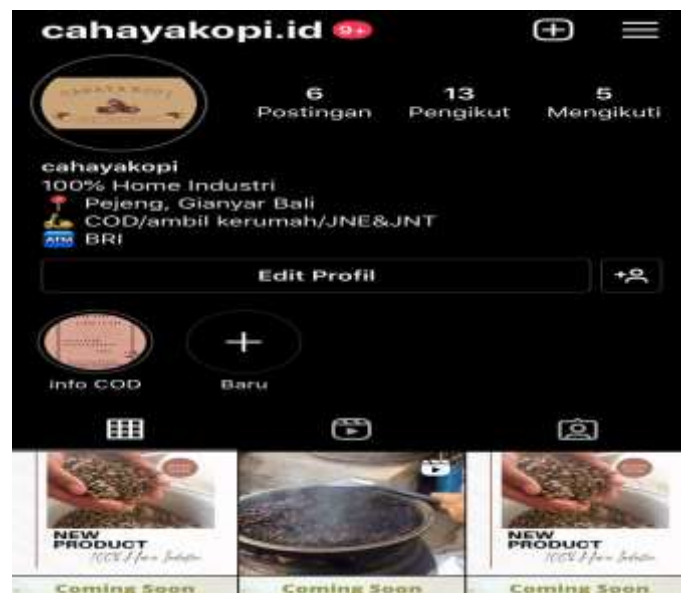


Gambar 2. Logo Produk

Kegiatan mensosialisasikan tentang cara memasarkan produk melalui media sosial online seperti Instagram dan Facebook. Kegiatan ini dapat berjalan dengan baik dikarenakan antusiasnya partisipasi dari UMKM Cahaya Kopi dalam kegiatan ini.



Gambar 3. Penyuluhan tentang cara memasarkan produk melalui media sosial online seperti Instagram dan Facebook



Gambar 4. Sosial Media UMKM Cahaya Kopi

KESIMPULAN DAN SARAN

Setelah dilaksanakan kegiatan pengabdian masyarakat di Br. Puseh, Desa Pejeng, Gianyar pemilik UMKM Cahaya Kopi dapat mengetahui dan memahami mengenai strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan UMKM Cahaya Kopi dengan cara memasarkan produk melalui penggunaan media sosial online seperti Instagram dan Facebook.

Pelaksanaan kegiatan program pengabdian masyarakat ini sudah terealisasi 100%, diharapkan kegiatan pengabdian masyarakat yang telah dilakukan dapat terus dilaksanakan oleh pemilik UMKM Cahaya Kopi di Br. Puseh, Desa Pejeng, Gianyar agar dapat meningkatkan penjualan Kopi kedepannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Denpasar, LPPM Unmas. (2020). Buku Panduan Pengabdian pada Masyarakat Peduli Bencana COVID-19. Denpasar : LPPM Unmas Denpasar
- Ellyvon, P. (2020). Diumumkan Awal Maret, Ahli : Virus Corona Masuk Indonesia dari Januari. *Kompas*
- Hanoatubun, S. (2020). Dampak Covid – 19 terhadap Prekonomian Indonesia. *EduPsyCouns: Journal of Education, Psychology and Counseling*, 2(1), 146-153.
- <https://diskes.baliprov.go.id/category/artikel/> diakses pada tanggal 23 Maret 2022
- Hadiwardoyo, W., 2020, Kerugian Ekonomi Nasional Akibat Pandemi Covid-19, *Journal of Business & Entrepreneurship*, 2(2): 83-92.