

PENGEMBANGAN STRATEGI PEMASARAN PADA USAHA TUMPI ALMEERA DI DESA BAGAN KECAMATAN LASEM

Ming Ming Lukiarti¹⁾, Nur Laili Jaziratun Nikmah²⁾, Rizka Oktavia Yunia Putri³⁾, Susanti Dwi Ilhami⁴⁾
Universitas YPPI Rembang ^{1), 2), 3), 4)}
mingminglukiarti@gmail.com¹⁾

Abstrak

Kegiatan pengabdian pada masyarakat bertujuan untuk membantu mengembangkan usaha menengah (UMKM) Tumpi "Almeera". Permasalahan yang dialami mitra yaitu: Permasalahan yang dihadapi oleh UMKM Tumpi "Almeera" diantaranya adalah: tidak memiliki papan nama sehingga membuat produk kurang dikenal oleh masyarakat luas, kurang optimal dari segi packaging dan kurangnya pengetahuan dalam strategi pemasaran online. Solusi yang disepakati antara mitra dan pelaksana pengabdian pada masyarakat ini yaitu: (1) Pembuatan papan nama atau banner (2) Pembuatan stiker kemasan, (3) Pembuatan akun Facebook, (4) pembuatan google maps, (5) Pembuatkan kemasan baru. Hasil dari kegiatan pengabdian pada masyarakat yang telah dilaksanakan adalah pembuatan banner yang bertujuan agar masyarakat mengetahui adanya produk Tumpi "Almeera" serta media promosi supaya lebih dikenal masyarakat dan dapat meningkatkan penjualan. Pembuatan stiker kemasan produk bertujuan untuk membuat kemasan produk lebih menarik. Google maps yang memudahkan konsumen atau pelanggan untuk menuju tempat usaha. Pembuatan Akun Facebook bertujuan agar produk tidak hanya dikenal masyarakat sekitar tetapi juga masyarakat yang berada di luar desa. Pembuatan kemasan baru bertujuan untuk menambah variasi ukuran pengemasan pada pemasaran Tumpi "Almeria".

Kata Kunci: Marketing Online, Digital Marketing

DEVELOPMENT OF MARKETING STRATEGIES IN TUMPI ALMEERA IN BAGAN VILLAGE, LASEM DISTRICT

Abstract

Community service activities aim to help develop Tumpi "Almeera" medium enterprises (UMKM). The problems experienced by partners are: The problems faced by Tumpi "Almeera" include: not having a nameplate, which makes the product less known to the wider community, less than optimal in terms of packaging and lack of knowledge in online marketing strategies. The solutions agreed between partners and community service implementers are: (1) Making nameplates or banners (2) Making packaging stickers, (3) Making Facebook accounts, (4) Making Google maps, (5) Making new packaging. The results of the community service activities that have been carried out are the creation of banners aimed at making the public aware of the existence of the "Almeera" Tumpi product as well as promotional media so that it is better known to the public and can increase sales. Making product packaging stickers aims to make product packaging more attractive. Google maps makes it easier for consumers or customers to get to places of business. Creating a Facebook account aims to make the product known not only to the local community but also to people outside the village. The creation of new packaging aims to add variations in packaging sizes to the marketing of "Almeria" Tumpi.

Keywords: Marketing Online, Digital Marketing

A. PENDAHULUAN

UMKM adalah usaha yang memiliki peran signifikan dalam sistem perekonomian negara Indonesia, baik dari segi penciptaan lapangan kerja maupun segi jumlah usahanya, (Rudjito,2021). Usaha kecil dan menengah merupakan salah satu jenis usaha yang mengacu pada usaha kecil yang berdiri sendiri dan bukan dari perusahaan besar atau cabang perusahaan yang dimiliki. Saat ini banyak sekali pelaku UMKM yang bermunculan dan berjuang ditengah persaingan bisnis yang demikian ketat. Pada era pemasaran digital 4.0, dibutuhkan sumber daya pelaku UMKM yang mumpuni dalam konsep pemasaran digital. Kotler dan Armstrong (2018) mengemukakan bahwa pemasaran online (online marketing) adalah suatu bentuk usaha dari perusahaan yang bertujuan untuk memasarkan produk dan jasanya dan juga untuk membangun hubungan antara perusahaan dan pelanggan melalui internet.

Keberhasilan bisnis makanan akan dapat dicapai bila perusahaan dapat dengan cepat bereaksi dengan kondisi pasar baru dan kebutuhan pelanggan, salah satunya adalah dengan inovasi produk. Tjiptono (2017) memberi pengertian mengenai inovasi produk yaitu, secara sederhana, inovasi bisa diartikan sebagai implementasi praktis sebuah gagasan kedalam produk atau proses baru. Sementara itu, Porter dalam Suryana (2014) perusahaan akan mencapai keberhasilan usaha secara berkesinambungan dengan menerapkan strategi generik yaitu strategi yang menekankan keunggulan biaya rendah, diferensiasi dan fokus.

Tumpi "Almeera" merupakan salah satu usaha kecil atau UMKM yang dirintis oleh Ibu Soemidah yang beralamat di Desa Babagan RT.13/ RW.05 Kecamatan Lasem. UMKM ini merupakan produk rumahan yang dikelola secara mandiri oleh pemiliknya dan hanya dikerjakan bersama anaknya tanpa ada pegawai. UMKM ini mulai dirintis sekitar 10 tahun yang lalu bertepatan pada tahun 2013.

Permasalahan yang dihadapi oleh UMKM Tumpi "Almeera" diantaranya adalah: tidak memiliki papan nama sehingga membuat produk kurang dikenal oleh masyarakat luas, kurang optimal dari segi *packaging* dan kurangnya pengetahuan dalam strategi pemasaran *online*. Solusi dari permasalahan tersebut akan diuraikan oleh UMKM, Mahasiswa peserta Kuliah Kerja Usaha (KKU) Universitas YPPI Rembang dibantu oleh dosen pembimbing.

B. METODE PELAKSANAAN

1. Kegiatan dan Pelaksanaan

Kegiatan ini terselenggara dalam program Kuliah Kerja Usaha (KKU) Universitas YPPI Rembang yang dilaksanakan oleh dua orang mahasiswa yaitu atas nama Nur Laili Jaziratul Nikmah dan Rizka Oktavia Yunia Putri beserta Dosen Pembimbing Lapangan Ming Ming Lukiarti dan Asisten Dosen Pembimbing Lapangan yaitu Susanti Dwi Ilhami.

2. Waktu dan Tempat Pengabdian kepada masyarakat

Kegiatan pengabdian masyarakat ini diselenggarakan selama satu bulan pada 26 Maret – 26 April 2023 pada Usaha Tumpi Almeera Desa Babagan Kecamatan Lasem Kabupaten Rembang.

3. Mitra/Subjek Pengabdian

Subjek dalam pengabdian masyarakat ini adalah pelaku UMKM Tumpi Almeera yang merupakan pengusaha Tumpi rumahan dengan produk aneka macam pilihan seperti Tumpi kacang tanah, kacang hijau, kacang kedelai, teri dan rebon.

4. Prosedur

Kegiatan dalam pengabdian pada masyarakat yang dilaksanakan selama satu bulan ini (pada tanggal 26 Maret sampai 26 April), mahasiswa dibimbing oleh dosen pembimbing membuat program dari solusi yang sudah disepakati bersama dengan UMKM.

Adapun program yang dilaksanakan meliputi membuat banner, membuat stiker kemasan, membuat Akun Facebook, membuat GPS dan membuat kemasan baru dalam bentuk toples.

Tabel 1
Program Pelaksanaan

No	Kegiatan	Waktu	Hasil
1.	Pembuatan <i>Banner</i>	Senin, 3/04/2023	Memiliki <i>banner</i> agar UMKM lebih dikenal masyarakat
2.	Stiker kemasan	Sabtu, 1/04/2023	Kemasan baru agar pelanggan tertarik
3.	Google <i>Maps</i> atau petunjuk arah	Minggu, 26/03/2023	Menginformasikan lokasi UMKM
4.	Pembuatan akun <i>facebook</i>	Rabu, 29/03/2023	Digunakan untuk media promosi penjualan <i>online</i>
5.	Pembelian Toples	Rabu, 5/04/2023	Digunakan untuk variasi kemasan baru

Sumber: Data primer diolah, April 2023

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dari kegiatan yang dilakukan penyusun pada UMKM Tumpi “Almeera”:

1. Pembuatan Banner atau Papan Nama.

Terpasangnya Banner akan membuat produk dikenal oleh masyarakat luas.



Gambar 1 Banner UMKM

2. Pembuatan Stiker Nama Tumpi "Almeera"

Dengan pembuatan stiker nama yang ada pada kemasan akan membuat pelanggan lebih mudah mengenali dan tertarik untuk membeli produk tersebut.



Gambar 2 Label Produk



Gambar 3 Kemasan Menggunakan Stiker Nama

3. Pembuatan Akun Facebook

Dengan pembuatan akun *facebook* maka akan membuat pemasaran Tumpi "Almeera" lebih meluas dan lebih dikenal banyak masyarakat. Program ini merupakan salah satu strategi dalam pemasaran online. Tanpa akun sosial media, maka UMKM tidak bisa mencapai target yang dituju, yaitu konsumen dalam pasar digital.



Gambar 4 Akun Facebook Tumpi "Almeera"

4. Pembuatan Google Maps Tumpi "Almeera"

Dengan pembuatan GPS akan mempermudah konsumen untuk mengetahui letak lokasi UMKM.



Gambar 5 Lokasi Google Maps

5. Pembuatan Kemasan Baru (Toples)

Dengan pembuatan kemasan baru (toples) akan menambah variasi pada pemasaran Tumpi “Almeera”. Model kemasan baru ini diharapkan akan menambah varian dalam produk Tumpi Almeera.



Gambar 6 Kemasan Menggunakan Toples

D. SIMPULAN

Dalam program pengabdian pada masyarakat yang telah dilaksanakan pada UMKM Tumpi “Almeera” ini telah menghasilkan:

1. Pemasangan papan nama (*banner*) sangat penting agar UMKM tersebut dapat dikenal oleh masyarakat sekitar.
2. Pembuatan stiker nama produk untuk menarik konsumen baru.
3. Pembuatan akun *facebook* supaya membuat UMKM semakin dikenal masyarakat luas lewat media sosial.
4. Pembuatan GPS ini bertujuan mempermudah jika orang mencari lokasi UMKM Tumpi “Almeera”.
5. Adanya kemasan baru dengan menggunakan toples.

E. UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kami ucapkan kepada Universitas YPPI Rembang yang telah menyelenggarakan kegiatan Kuliah Kerja Usaha (KKU), sehingga kami berkesempatan untuk melakukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat.

F. DAFTAR PUSTAKA

Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing Global Edition 17th Edition*. London: Pearson Education.

Rudijito, 2021. Pengertian UMKM, <https://www.ocbcnisp.com/id/article/2021/04/07/pengertian-umkm>, 17 atau 05 atau 2023. 19:30:30

Suryana. 2014. *Kewirausahaan, Edisi IV*. Jakarta: Salemba Empat

Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa*. Andi : Yogyakarta.