

Analisis Strategi Pemasaran Produk Olahan Singkong Pada UMKM UD. Rindi Lanting di Desa Bekare Bungkal Ponorogo

Cindy Lorensa Merlin¹, Lina Fatika Sari², Nadia Asna Risky³, Rizka Elis Sabela⁴ Sayid Abas⁵,

¹²³⁴⁵ Universitas Muhammadiyah Ponorogo, Jawa Timur, Indonesia

*e-mail: Cindylorenza1402@gmail.com¹, fatikalina@gmail.com², nadiaasnarisky11@gmail.com³,
rizkaelis13@gmail.com⁴, abas@umpo.ac.id⁵

Abstrak

Perkembangan teknologi dan persaingan usaha yang semakin tinggi membuat para pelaku Usaha Mikro Kecil, dan Menengah (UMKM) harus memiliki strategi pemasaran yang baik untuk tetap dapat bersaing dengan para kompetitornya. Sebagai pelaku usaha para wirausaha ingin selalu mencapai keuntungan di setiap produk yang dihasilkan. Hal tersebut harus disesuaikan dengan era saat ini yang mengedepankan digitalisasi salah satu nya melalui pemasaran pada sosial media. Bagaimana pemasaran produk dilakukan secara sederhana dengan sosial media tetapi mendapatkan keuntungan yang maksimal di setiap usaha dan produk nya dan dapat meminimalisir biaya pengeluaran dalam promosi produk. Berdasarkan permasalahan tersebut maka Program pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan keterampilan dan produktivitas ekonomis mitra. Metode yang digunakan yaitu substitusi ipteks dengan cara membuat 4 platform media pemasaran digital yaitu Blog, WhatsApp Bisnis, Facebook dan Instagram sebagai media pemasaran produk secara online. Dari program ini menghasilkan dampak positif bagi UMKM UD.Rindi Lanting dimana produk olahan yang dihasilkan dapat dijangkau melalui media sosial.

Kata kunci: Strategi Pemasaran, Sosial Media Marketing, UMKM

Abstract

Technological developments and increasingly high business competition mean that Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) must have good marketing strategies to remain competitive with their competitors. As business actors, entrepreneurs want to always achieve profits in every product they produce. This must be adapted to the current era which prioritizes digitalization, one of which is through marketing on social media. How product marketing can be done simply with social media but get maximum profits in each business and product and can minimize expenses in product promotion. Based on these problems, this service program aims to improve the skills and economic productivity of partners. The method used is science and technology substitution by creating 4 digital marketing media platforms, namely Blog, WhatsApp Business, Facebook and Instagram as online product marketing media. This program produces a positive impact on UD.Rindi Lanting MSMEs where the processed products produced can be reached via social media.

Keywords: Marketing Strategy, Social Media Marketing, MSMEs

1. PENDAHULUAN

Pengabdian Masyarakat merupakan salah satu program pemberdayaan masyarakat yang dicanangkan oleh KKN Universitas Muhammadiyah Ponorogo. Pemerintah sendiri sudah sering mengeluarkan program pemberdayaan yang mempunyai tujuan untuk meningkatkan kemandirian ekonomi masyarakat. Kemandirian ekonomi masyarakat sangat diperlukan guna meningkatkan keberdayaan rumah tangga dan ketahanan ekonomi masyarakat dalam mengisi pembangunan nasional [1] [2] [3]. Hal ini sejalan dengan program pemerintah yang ada dalam pengelolaan ekonomi kreatif dan dituangkan melalui Undang-Undang Nomor 24 tahun 2019 yang bertujuan untuk mengoptimalkan kreativitas sumber daya manusia yang berbasis warisan budaya, ilmu pengetahuan, dan teknologi.

Strategi pemasaran harus tepat dan sesuai dengan produk yang akan dijual merupakan beberapa hal yang harus diperhatikan bagi manajemen pemasaran, karena produk yang akan dijual harus dapat diterima oleh calon konsumen. Selain strategi pemasaran, perusahaan juga harus memperhatikan bagian pasar dan perkembangan pasar dari pesaing-pesaing usaha sejenis. Digital marketing merupakan kegiatan pemasaran dengan menggunakan strategi promosi melalui internet dapat memperluas skala penjualan dan tidak mahal untuk melaksanakannya. Konsumen juga dapat lebih mudah mencari segala informasi mengenai produk yang dijual, hal ini disebabkan karena konsumen tidak perlu lagi datang ke toko secara langsung.

Usaha Dagang Rindi Lanting merupakan usaha yang bergerak di bidang makanan ringan yang berbahan dasar singkong yang berada di Desa Bekare Kecamatan Bungkal Kabupaten Ponorogo. Terdapat beberapa produk yang dipasarkan pada UD. Rindi Lanting seperti Lanting, Criping Ubi, Criping Ubi rasa gadung, Criping Sukun, dan Criping Talas. Usaha ini didirikan pada tahun 2000 dan pemilik usaha UD. Rindi Lanting adalah Ibu Sutina, yang menjalankan usaha melalui berbagai rintangan mulai dari kendala strategi pemasaran dan kurangnya kepuasan konsumen. Hal tersebut mengakibatkan pemilik usaha berusaha untuk meningkatkan penjualan. Dalam meningkatkan kemampuan bersaing, UMKM UD. Rindi Lanting perlu meningkatkan adaptasi terhadap perkembangan teknologi pemasaran yang lagi berkembang saat ini, seperti kemampuan dalam bermedia sosial atau digital marketing. Fungsi Pemasaran media sosial saat ini sudah bergeser, dari fungsi untuk komunikasi antar individu beralih fungsi menjadi bagian penting dalam dunia pemasaran, khususnya pemasaran online. Tanpa meningkatkan kemampuan dalam pemasaran online, maka daya saing UMKM akan tertinggal. Oleh karena itu untuk meningkatkan kemampuan dalam pemasaran online dengan membuat platform media pemasaran digital yaitu Blog, WhatsApp Bisnis, Facebook dan Instagram yang memiliki tujuan jangka panjang dalam memotivasi pelaku UMKM dalam meningkatkan penjualan melalui peningkatan kemampuan digitalisasi marketing atau ketrampilan memasarkan produk secara online. Sehingga para pelaku UMKM dapat meningkatkan jangkauan daerah pemasarannya dan tercapai kemandirian finansialnya.

2. METODE

Metode pendekatan yang ditawarkan untuk menyelesaikan persoalan mitra adalah Substitusi Ipteks yaitu dengan cara membuat 4 platform media pemasaran digital yaitu Blog, WhatsApp Bisnis, Facebook dan Instagram sebagai media pemasaran produk secara online.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam kegiatan pengabdian masyarakat yang telah dilakukan pada UMKM UD. Rindi Lanting di Desa Bekare Kecamatan Bungkal Kabupaten Ponorogo yang bergerak di bidang makanan ringan berbahan dasar singkong. Adapun prosedur kerja dalam penyelesaian masalah yang dihadapi mitra adalah sebagai berikut: Melakukan pelatihan tentang pentingnya sosial media marketing dalam promosi produk; Melakukan pelatihan pembuatan sosial media yang menarik dan dapat menarik minat konsumen untuk memesan produk yang sudah dihasilkan; Melakukan pendampingan kesadaran akan digitalisasi pemasaran dan bijak dalam penggunaan sosial media marketing sebagai media promosi guna meningkatkan pendapatan. Secara rinci pemecahan masalah tersebut dapat dicapai melalui tahapan-tahapan sebagai berikut:

1. Pelatihan dan pendampingan dalam penggunaan sosial media yang benar untuk media promosi produk yang dapat menciptakan ketertarikan tersendiri untuk produk yang dihasilkan.
2. Pelatihan dan pendampingan dalam pembuatan sosial media dan upload produk.

3. Program Pengabdian masyarakat dilakukan dengan tujuan untuk meningkatkan kemampuan masyarakat khususnya UMKM dalam memasarkan produknya secara online atau lewat media sosial serta cara membuat kemasan yang baik dan menarik.

4. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat digitalisasi pemasaran melalui sosial media marketing bertujuan untuk meningkatkan pendapatan khususnya pada pelaku UMKM dihasilkan adanya luaran yaitu meningkatkan kemampuan masyarakat khususnya UMKM dalam memasarkan produknya secara online atau lewat media sosial dengan cara membuatkan 4 platform media pemasaran digital yaitu Blog, WhatsApp Bisnis, Facebook dan Instagram sebagai media pemasaran produk secara online.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Leonard R Sinaga, H. S. (2022, December). ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN SEMBAKO MINYAK GORENG PADA USAHA DAGANG JAYA KARYA SIBORONGBORONG. JURNAL DARMA AGUNG.
- [2] Asiyah, S., Rose, K., & Islam, U. (2022). MEDIA MARKETING PENDAPATAN.
- [3] Usaha, S., Menengah, K., & Digitalisasi, M. (2020). Strategi Usaha Kecil Menengah Menghadapi Digitalisasi Pemasaran.