



PENINGKATAN KUALITAS KEMASAN DAN PEMASARAN ONLINE TUSUK GIGI MOM' LINA PADA UMKM DI DESA PRINGSEWU TIMUR

Oleh

Wasilah¹, Nisar², M.I.Rizki³

^{1,3}Departemen Sistem Informasi, IIB Darmajaya, Bandar Lampung

²Departemen Informatika, IIB Darmajaya, Bandar Lampung

E-mail: ¹wasilah@darmajaya.ac.id, ²nisar@darmajaya.ac.id, ³rizki@gmail.com

Article History:

Received: 07-02-2022

Revised: 15-02-2022

Accepted: 24-03-2022

Keywords:

Pemasaran online, Tusuk gig,
UMKM Desa Pringsewu
Timur.

Abstract: *UMKM tusuk gigi Mom' Lina di desa Pringsewu timur mengalami penurunan dalam penjualan produk. Hal ini perlu diatasi untuk membantu keberlangsungan UMKM. Dalam upaya mengatasi permasalahan tersebut maka pengabdian ini bertujuan memberikan pendampingan dalam inovasi produk dan pemasaran. Membantu UMKM Tusuk Gigi Mom' Lina di Desa Pringsewu Timur dalam pengayaan rasa, memperbaiki kemasan tusuk gigi yang dihasilkan.. Sedangkan pendampingan dalam pemasaran produk dilakukan dengan memanfaatkan media sosial berupa Whatsapp(WA) dan Instagram (IG). Perbaikan kemasan tusuk gigi, pengayaan rasa dan perluasan pemasaran diharapkan dapat membantu pelaku UMKM tusuk gigi di desa Pringsewu timur ini untuk meningkatkan volume penjualan.*

PENDAHULUAN

Desa Pringsewu Timur memiliki beberapa UMKM, salah satunya UMKM Tusuk Gigi Mom' Lina. UMKM tersebut masih melakukan produksi di era pandemi seperti saat ini, meskipun penjualan Tusuk gigi gurih cenderung menurun dalam penjualannya. Tusuk gigi yang dihasilkan dikemas dalam berbagai ukuran. Tusuk gigi dikemas menggunakan plastik polos tanpa sablon. Pada saat ini, proses pemasaran dan penjualannya masih dilakukan secara langsung dari rumah ke rumah dan menitipkan di warung. Pemasaran belum menggunakan digitalisasi. Keterbatasan jangkauan pemasaran menyebabkan UMKM ini mengalami kesulitan dalam penjualan produk.

Hal ini harus segera diatasi, untuk membantu perkembangan UMKM. Realita dilapangan menunjukan bahwa, kebanyakan UMKM di Indonesia, memiliki beberapa permasalahan yang sama, salah satunya adalah kurangnya pengetahuan tentang pemasaran produk berbasis teknologi informasi. [2],[3].

Dalam upaya mengatasi permasalahan tersebut maka pengabdian ini bertujuan memberikan pendampingan dalam mendesain kemasan, pengayaan rasa dan membangun media pemasaran online kepada UMKM tusuk gigi di desa Pringsewu timur. Media pemasaran online sangat memungkinkan untuk diterapkan pada berbagai jenis dan ukuran usaha. Perusahaan dengan anggaran sedikit dapat menggunakan saluran pemasaran online yang tidak berbayar [1]. Pemasaran online telah diterapkan pada berbagai jenis UMKM,



diantaranya UMKM pengrajin [4], UMKM makanan [5], dan perlengkapan olah raga [6]. Pemasaran online ini terutama sangat membantu UMKM dalam hal jangkauan pemasaran. Dengan adanya pemasaran online diharapkan penjualan tidak hanya terbatas di satu wilayah saja tapi bisa merambah seluruh Indonesia bahkan dunia [4].

Pemanfaatan pemasaran online, memungkinkan dapat membantu suatu Usaha Mikro Kecil dan Menengah dalam peningkatan penjualan. Adanya peningkatan jumlah penjualan diharapkan dapat membantu mengurangi pengangguran dan meningkatkan taraf ekonomi masyarakat desa. Selain itu pula pemasaran *online* berpengaruh positif terhadap Laba UMKM [2].

METODE

Kegiatan yang diusulkan dalam pengabdian ini dilakukan secara bertahap. Program ini dilakukan dalam 2 tahap, yaitu :

a. Tahap persiapan

Pada tahap persiapan dilakukan analisis data awal profil UMKM terkait dengan metode pemasaran dan permasalahan yang dihadapi dalam menjalankan operasionalnya. Selain Identifikasi terhadap permasalahan yang dialami, juga dilakukan identifikasi potensi yang dimiliki oleh UMKM. Kegiatan ini dilakukan dengan metode survey dan wawancara. Berdasarkan wawancara kepada perwakilan UMKM dan kepala desa dapat diidentifikasi beberapa permasalahan yang dialami oleh UMKM. Hasil identifikasi pada wawancara ini dilakukan sebagai dasar dalam merumuskan permasalahan dan alternatif solusi yang diusulkan. Berdasarkan hasil survey dan wawancara, permasalahan utama pada UMKM tusuk gigi di desa Pringsewu adalah kemasan produk dan sistem pemasaran yang masih menggunakan metode konvensional.

b. Tahap pelaksanaan

Survey lanjutan dilakukan untuk menggali permasalahan secara lebih detail dan proses bisnis yang dilakukan dalam mengoperasikan UMKM. Hasil survey selanjutnya akan digunakan sebagai dasar untuk menjalankan kegiatan. Pada tahap ini dilakukan pengumpulan informasi tentang kebutuhan UMKM terhadap kemasan yang akan dibuat dan karakteristik media pemasaran dan penjualan yang akan dibangun.

Kegiatan tersebut meliputi:

- Mendesain kemasan produk dilakukan dengan desain logo dan packaging
- Memperluas pemasaran menggunakan media sosial untuk pemasaran produk dan memberikan pelatihan kepada pengelola UMKM.

HASIL

Berdasarkan hasil identifikasi permasalahan yang menunjukkan bahwa permasalahan utama yang dihadapi oleh UMKM Tusuk gigi gurih adalah pada kemasan produk dan jangkauan pemasar yang masih sangat sempit. Berkaitan dengan hal tersebut maka pendampingan difokuskan pada desain kemasan dan pembangunan media pemasaran dan penjualan online. Inovasi yang dilakukan diantaranya dalam bentuk Desain logo maupun dalam hal pemasaran sehingga para peminat akan semakin bertambah dan meningkatkan kegiatan produksi yang dilakukan pada UMKM Tusuk Gigi Mom' Lina. Arahan yang diberikan seperti menggunakan media sosial untuk menjalankan UMKM tersebut agar lebih mempermudah bagi konsumen Tusuk Gigi Mom' Lina dalam melakukan pemesanan.



Media sosial yang diajarkan adalah cara menggunakan Whatsapp dan Instagram sebagai media komunikasi dan pemasaran. Hasil desain kemasan ditunjukkan pada Gambar 1 berikut ini:



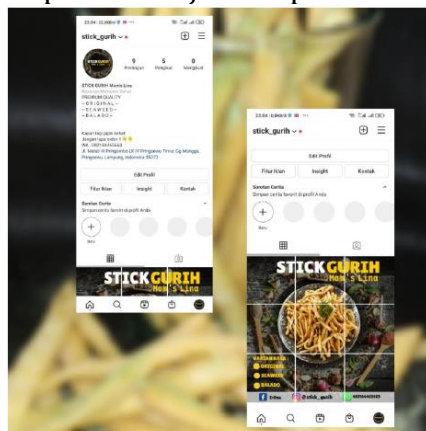
Gambar 1. Logo Desain Sticker

Setelah dilakukan desain kemasan, dilanjutkan dengan proses penyablonan plastik yang akan digunakan untuk menampung tusuk gigi. Beberapa contoh kemasan tusuk gigi ditunjukkan pada Gambar 2 berikut ini:



Gambar 2. Tusuk Gigi Dalam Kemasan Siap Dipasarkan

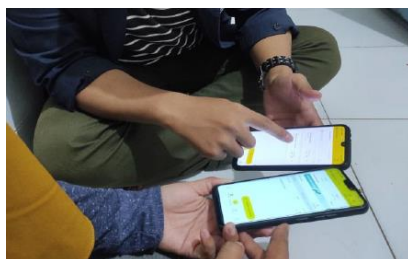
Selain perbaikan tampilan kemasan, dilakukan juga pembangunan media pemasaran online menggunakan Media Sosial Whatsapp dan Instagram untuk menampilkan informasi tentang tusuk gigi Mom's Lina seperti ditunjukkan pada Gambar 3 berikut ini:



Gambar 3: Pemasaran Ke Media Sosial Instagram



Setelah proses pembangunan media pemasaran dan penjualan *online*, selanjutnya dilakukan proses pendampingan penggunaan media. Proses pendampingan dilakukan kepada pemilik dan karyawan tusuk gigi Mom's Lina. Hal ini perlu dilakukan untuk membiasakan penggunaan fitur-fitur yang ada pada media. Pelaksanaan pendampingan ditunjukkan pada gambar 4 berikut ini:



Gambar 4: Pendampingan Pemasaran Ke Media Sosial

DISKUSI

Pendampingan yang dilakukan pada program pengabdian ini dibagi menjadi 3 Sesi. Pada sesi pertama adalah materi tentang desain kemasan produk yang menarik. Desain kemasan produk merupakan salah satu faktor penting yang dapat menguatkan *branding* bisnis dalam persaingan pada era digital ini. Desain kemasan yang menarik dan berkualitas menjadi pembeda antara *brand* kita dengan pesaing. Keberhasilan usaha sangat dipengaruhi oleh *packaging*. Tampilan *packaging* yang unik dan menarik dapat meningkatkan daya tarik konsumen.

Pada pelatihan sesi kedua adalah materi tentang manfaat media online dan bagaimana membangun media pemasaran dan penjualan online. Media online yang digunakan adalah Media Sosial Whatsapp dan Instagram. Salah satu hal yang perlu diperhatikan dalam pengelolaan media pemasaran online adalah kesesuaian konten promosi dan konsistensi dalam pengelolaannya.

Pada pelatihan sesi ketiga dilakukan pendampingan penggunaan/pemanfaatan media pemasaran dan penjualan online yang telah dibangun. Pemanfaatan media pemasaran ini sangat memungkinkan untuk menjangkau pangsa pasar yang lebih luas sebagai disampaikan oleh B.Eliya[4]. Hal ini sangat sesuai diterapkan pada masa pandemi mengingat media pemasaran ini proses pemesanan, pembayaran, dan pengiriman tidak membutuhkan interaksi secara fisik.

PENUTUP

Kesimpulan

Pada perkembangan teknologi saat ini sebagian besar masyarakat memilih untuk melakukan transaksi jual beli dengan melalui aplikasi atau situs online. Pada masa ini dukungan teknologi sangat berpengaruh untuk kemajuan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Salah satu solusi bagi pelaku UMKM untuk dapat tetap bertahan pada era ini adalah kemampuan dalam memanfaatkan dukungan teknologi dalam berbagai proses bisnisnya. Pemasaran secara online yang dikembangkan pada pengabdian masyarakat ini sangat membantu UMKM tusuk gigi sebagai pelaku UMKM Desa Pringsewu Timur mengenai pemasaran online. Sebelum kegiatan PKM mayoritas pengetahuan pelaku UMKM berada di



kategori kurang memahami. Setelah pendampingan pengetahuan peserta mengenai pemasaran online semakin meningkat dan mampu menggunakan media pemasaran dan penjualan online yang telah di bangun.

DAFTAR REFERENSI

- [1] D. Solihin, L. Pricilla, I. S. Octaviani, and U. Pamulang, "Pelatihan Pemasaran Online Berbasis Digital Untuk Meningkatkan Penjualan Nisnis Online Pada UMKM.," vol. 2, no. 3, pp. 307–311, 2021.
- [2] P. Widyartati and P. L. Umkm, "Pengaruh strategi pemasaran online terhadap peningkatan laba umkm," no. 20, pp. 343–347, 2017.
- [3] L. Hakim, "Pelatihan Pemasaran Online Berbasis Marketplace Bagi UMKM Dalam Merespon Perubahan Perilaku Konsumen," vol. II, pp. 74–91, 2019.
- [4] B. Eliya, "TANTANGAN , KENDALA , DAN KESIAPAN PEMASARAN," vol. 1, no. 1, pp. 20–31, 2020.
- [5] D. Matematika, F. Matematika, P. Alam, J. Kaamper, K. Ipb, and D. Bogor, "Strategi Pemasaran Online UMKM Makanan (Studi Kasus di Kecamatan Cibinong)," vol. 13, no. 2, pp. 116–126, 2018.
- [6] B. H. Wijaya and N. Ibrahim, "Implementasi Pemasaran Online Pada Produk Ragnor Sport," vol. 1, no. November, pp. 497–511, 2019.



HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN