



PENGEMBANGAN DAN BRANDING SEBAGAI STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN

Andrew Adefrid Mawardi
Program Studi Ilmu Komunikasi
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
E-mail : andre.spensaba84@gmail.com

Jupriono
Program Studi Ilmu Komunikasi
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
E-mail : juprion@untag-sby.ac.id

Abstrak

Banyak sekali Usaha Kecil dan Menengah di wilayah Ngampelsari, Kec. Candi, Kota Sidoarjo disini Mahasiswa Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya bermaksud melakukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan melakukan Promosi produk secara Online untuk meningkatkan pemasaran UMKM. Kegiatan ini sangat dibutuhkan karena untuk membantu para pelaku usaha UMKM dalam upaya untuk meningkatkan strategi pemasaran dan penjualan.

Kata Kunci : *Pengabdian, Membantu UMKM*

PENDAHULUAN

Meningkatnya pelaku UMKMDi Wilayah Ngampelsari, Kec. Candi, Kota Sidoarjo. Di masa Covid-19, Para pelaku UMKM masih kesulitan menjangkau konsumen lebih luas. Bukan itu saja hambatan yang ditemukan dilapangan karena kurangnya manajemen pemasaran, terutama dalam memberikan pemahaman kepada konsumen tentang produk. Dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, pemasaran UMKM harus mampu memanfaatkan pemasaran berbasis online, baik itu membuat akun Toko Online, dan pemasaran produk UMKM dengan memanfaatkan Media Sosial.

METODE PELAKSANAAN

Metode yang digunakan dalam pengembangan produk dan iklan :

1. Teknik Promosi Periklanan(cetak, Transit Advertising,Advertising Elektronika)

Teknik ini digunakan karena periklanan yang tepat dapat menciptakan kesadaran dan pengetahuan tentang produk atau fitur-fitur baru dari produk yang sudah ada. Melalui iklan, para pelaku usaha berharap dapat memberikan informasi yang akurat tentang kegunaan, kualitas serta manfaat-manfaat yang relevan dengan produk yang ditawarkan.

Yang perlu diperhatikan dalam metode promosi periklanan (cetak, transit advertising, advertising elektronika) ini adalah me-riset apa saja yang akan disajikan kepada calon konsumen mengenai produk yang akan di suguhkan oleh pelaku UMKM.

Teknik Promosi adalah teknik yang digunakan untuk mengenalkan dan menawarkan produk atau jasa kepada calon konsumen untuk membeli atau menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan. Tujuan akhir dari adanya promosi diharapkan dapat meningkatkan penjualan bagi para produsen ataupun distributor.

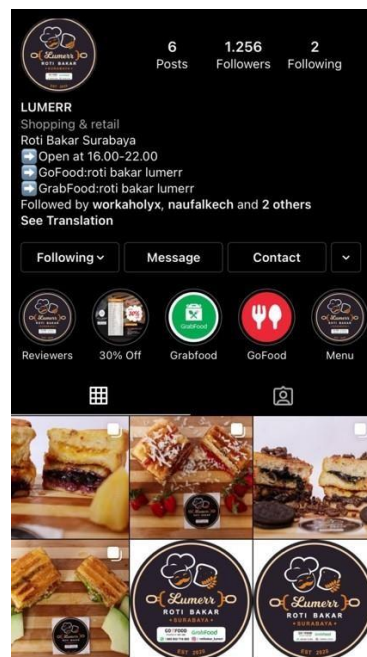
HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan periklanan produk ini dilaksanakan selama 12 hari kegiatan, mulai tanggal 8 – 12 Desember 2021. Dengan beberapa rincian kegiatan sebagai berikut :

- Melakukan foto produk
- Melakukan take video produk
- Membuat design logo produk
- Mencetak desigh logo produk
- Melakukan pembuatan akun sosial media untuk dijadikan sebagai akun yang di promosikan di instagram secara berbayar (instagram ads)



Design Logo Produk



Instagram ads

SIMPULAN

Dari pelaksanaan promosi periklanan produk UMKM selama 12 hari tersebut dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

- Keinginan calon konsumen agar konten yang disuguhkan oleh para pelaku UMKM

dapat tersampaikan dan mendapatkan feedback yang sesuai dengan keinginan.

- Memanfaatkan segala aspek untuk mendapatkan nilai plus di mata konsumen.

UCAPAN TERIMA KASIH

Segala puji bagi Allah SWT, Berkat rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan artikel ini dengan baik dan lancar semata-mata tidak hanya usaha penulis sendiri, melainkan juga adanya bantuan dari beberapa pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Drs. Jupriono, M. Si selaku Dosen Pembimbing Lapangan.
2. UMKM Roti Bakar Lumerr yang telah berkenan bekerjasama dalam kegiatan pengabdian UNTAG SURABAYA 2021.

DAFTAR PUSTAKA

<https://adoc.pub/usaha-kecil-dan-menengah-ukm-mempunyai-peran-yang-strategis-.html>

Suparjo and Setyono, Gatot. (2017). JHP 17 (Jurnal Hasil Penelitian). *Teknologi Informasi Untuk Pengembangan dan Meningkatkan Penjualan Usaha Kecil Menengah di Seruni Sidoarjo*. 02(01), 33–38.