

PENGEMBANGAN DAN BRANDING SEBAGAI STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN DIMASA PANDEMI

Jeremia Richardo Simatupang

Ilmu Hukum, Universitas 17 Agustus 1945

Email: jeremiaohyeah@gmail.com

Erny Herlin Setyorini

Ilmu Hukum, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Email: ernyherlin@untagsby.ac.id

Abstrak

Pelaksanaan kegiatan KKN bertujuan melatih mahasiswa untuk menerapkan pengetahuan dan kemampuan yang telah dimilikinya dalam suatu proses pembelajaran sesuai dengan bidang studinya, sehingga mahasiswa dapat memiliki pengalaman yang dapat digunakan sebagai bekal untuk mengembangkan kompetensinya di masa yang akan datang dalam kaitannya sebagai pendidik. Pelaksanaan kegiatan KKN secara umum meliputi tiga tahapan yaitu, tahap persiapan, pelaksanaan, penyusunan laporan dan evaluasi.

Dalam kegiatan KKN di Desa Bluru Kidul, penyusun mendapat kesempatan untuk menguji kreativitas, 5 Hasil yang diperoleh dari kegiatan KKN yaitu mahasiswa mendapatkan pengalaman nyata berkaitan dengan perencanaan, pemasaran produk, proses penjualan dan tata cara pemaparan produk untuk mencapai sebuah hasil yang optimal demi terciptanya efisiensi dan kualitas dalam kreativitas Warga UMKM desa Bluru Kidul.

Mahasiswa telah dapat menerapkan dan mengembangkan ilmu serta ketrampilan yang dimiliki. Secara umum, program kerja Kuliah Kerja Nyata di desa tersebut dapat terlaksana dengan lancar. Kendala dalam melaksanakan suatu program merupakan suatu hal yang tidak dapat dihindari.

Kata Kunci : Desa Bluru Kidul , Kuliah Kerja Nyata , UMKM

Pendahuluan

Latar Belakang Masalah

Sebagian masyarakat menggantungkan hidupnya dengan berdagang dan membuat usaha. Namun produk dan strategi marketing di era globalisasi saat ini masih belum bisa dipahami oleh beberapa orang karena hampir setiap hari selalu diperbarui dengan kebutuhan pasar. Terutama bagi pelaku usaha mikro kecil menengah di Kelurahan Bluru kidul RT.13/RW11 Kecamatan Sidoarjo, Kota Sidoarjo. Belum lagi pada saat ini Indonesia masih dilanda oleh Pandemi COVID-19 yang belum jelas kapan berakhirnya. Jadi para pelaku UMKM di Kelurahan Bluru Kidul RT.13/RW11 Kecamatan Sidoarjo, Kota Surabaya cukup kesulitan dalam mengembangkan usaha mereka terutama dalam memasarkan produk-produk mereka, bahkan harus berujung gulung tikar.

Dengan keadaan tersebut, mahasiswa tergerak untuk melakukan upaya dalam membuat, mengembangkan dan meningkatkan pemasaran produk-produk yang dijual kepada warga di daerah perkampungan tersebut. Mahasiswa berniat melakukan sosialisasi kepada pelaku UMKM disana yang harus gulung tikar akibat pandemi COVID-19 dengan membuat usaha baru bernama Pisang Coklat, yaitu makanan kekinian yang cukup diminati oleh kalangan muda saat ini serta cara memasarkannya agar lebih dikenal oleh masyarakat luas dengan menggunakan teknologi-teknologi yang berlaku saat ini seperti menggunakan teknik fotografi yang benar dan background yang aesthetic untuk menarik perhatian pelanggan sekaligus mengajarkan bagaimana cara

menyebarkannya melalui platform-platform media social seperti Instagram dan Facebook serta memaksimalkan fitur-fitur yang ditawarkan oleh platform media social tersebut.

Temuan Masalah Di Lokasi Kegiatan.

Masalah yang mahasiswa temukan pada daerah Kelurahan Bluru Kidul, Kecamatan Sidoarjo, Kota Sidoarjo adalah masih ada beberapa pelaku usaha mikro kecil menengah yang belum paham betapa pentingnya strategi marketing dalam meningkatkan penjualan produk-produk mereka bahkan harus menutup usahanya, serta mengikuti perkembangan zaman saat ini.

Tujuan.

Tujuan yang diharapkan bisa tercapai ketika pelaksanaan program KKN yang akan mahasiswa lakukan adalah :

1. Memberikan sosialisasi kepada warga setempat yang terpaksa menutup usahanya untuk membuat usaha makanan baru kekinian yaitu Piscok.
2. Membantu warga yang memiliki usaha mikro kecil menengah di daerah tersebut yang masih bertahan dalam memasarkan produk-produk mereka dan memaksimalkan penggunaan media social dalam membantu pemasarannya.
3. Pelaksanaan program KKN bisa mejadi penghubung antara mahasiswa dan warga setempat yang nantinya bisa terjalin hubungan kerja sama yang baik.

Metode

Memperkenalkan Diri

Sebelum memberikan pelatihan dan sosialisasi kepada ibu-ibu pemilik UMKM di Bluru kidul RT.13/RW.11 mahasiswa memperkenalkan diri dengan maksud dan tujuan mahasiswa sebagai mahasiswa yang melaksanakan kegiatan KKN (Kuliah Kerja Nyata) agar ibu-ibu tersebut lebih nyaman dalam berinteraksi dengan mahasiswa dan tidak ada kesalahpahaman.

Melakukan Pelatihan Tentang Pembuatan Piscok

Pelatihan dan sosialisasi diberikan kepada ibu-ibu pemilik UMKM disana dengan cara Datang ke tempat pemilik UMKM. Sebelum memasuki rumah mahasiswa menyemprotkan handsinitizer untuk mencegah penyebaran COVID-19 yang masih merajalela di Indonesia khususnya di Sidoarjo.

Setelah ibu-ibu berkumpul, mahasiswa menjelaskan bagaimana cara membuat Piscok dengan bahan-bahan yang murah dan dengan peralatan dapur yang memadai serta tujuan kenapa saaya memutuskan untuk membuat Piscok.

- Bahan-bahan:
 1. Pisang
 2. Cokelat
 3. Kulit Lumpia

Pelatihan tentang Fotografi Produk.

Pelatihan tentang teknik fotografi bertujuan agar bisa mendapatkan foto yang menarik dan bagus sehingga bisa menarik pelanggan untuk membeli produk yang akan dijual nantinya.

Pelatihan yang dilakukan sekaligus dengan praktek langsung dengan menggunakan alat-alat khusus fotografi seperti kamera, lighting, softbox, dan lightstand.

Ibu-ibu pemilik UMKM juga mencoba langsung menggunakan alat-alat tersebut sehingga bisa merasakan bagaimana pengalaman ketika memotret produk yang akan mereka jual dan agar bisa lebih memudahkan untuk mengingat.

Sosialisasi Tentang Pemasaran Produk Melalui Instagram

Tidak bisa dipungkiri bahwa zaman modern seperti saat ini kita bisa memasarkan apapun melalui smartphone. Hal itulah yang menjadi tujuan agar bisa lebih memudahkan ibu-ibu pemilik UMKM agar bisa lebih mudah memasarkan produk mereka. Teknik pemasaran yang bisa dilakukan ada beberapa cara seperti:

1. Mencantumkan Hashtag.
Hashtag atau tagar adalah suatu frasa kata kunci yang dieja tanpa menggunakan spasi, dengan tanda tagar di bagian depannya. Tujuannya adalah agar produk yang diunggah di Instagram bisa lebih terfokus pada hashtag tertentu, seperti #piscokbluru #piscoksidoarjo
2. Penggunaan Highlight.
Highlight merupakan fitur yang memungkinkan pengguna menyimpan Instagram Stories sehingga bisa dilihat tanpa batas waktu 24 jam oleh follower atau pengikut di Instagram. Dengan begitu pelanggan bisa melihat stories terdahulu, maka dari itu para pemilik UMKM wajib untuk selalu update kegiatan penting yang terjadi ketika bertransaksi atau ketika produksi agar para pembeli bisa lebih percaya dengan kualitas produk yang dihasilkan.
3. Instagram Ads.
Instagram ads merupakan fitur iklan yang memungkinkan pengguna untuk menjangkau lebih banyak penonton dengan membayar sejumlah uang yang dibutuhkan. Ini bisa menjadi salah satu opsi yang menjanjikan mengingat iklan di Instagram bisa muncul secara acak di stories, explore, atau feed Instagram. Ada beberapa pilihan yang diberikan oleh Instagram dalam beriklan dan bisa disesuaikan dengan kebutuhan.
4. Instagram Shopping.
Instagram Shopping merupakan fitur terbaru Instagram dalam membantu para produsen pangan konsumen. Serangkaian fitur yang memungkinkan orang untuk berbelanja dengan mudah lewat foto dan video di seluruh Instagram.

Hasil Dan Pembahasan

Dalam 12 hari pelaksanaan kegiatan Kuliah Kerja Nyata Di Bluru Kidul ini Disambut baik oleh pak RT dan Ibu pemilik UMKM Disana. Secara keseluruhan acara berjalan dengan cukup lancar.

Dalam pelaksanaan Kuliah Kerja Nyata yang dilakukan secara Individu di Desa Bluru Kidul pada tanggal 02 Juni samapai dengan 13 Juni 2022. Kegeiatan tersebut saya lakukan dengan tema

Peningkatan Marketing Dalam Pemasaran Produk yang efektif .Hal ini dilakukan atas dasar analisis situasi yang telah saya kerjakan. Dari analisis situasi yang saya lakukan ini menghasilkan beberapa permasalahan diantaranya, Warga UMKM Khususnya Di Desa Bluru Kidul Belum Menemukan cara efektif dalam pemasaran produk.

Hasil Kegiatan KKN



Foto Diambil saat penjelasan Pembuatan Instagram dan Cara Pemasarannya, begitu pula juga pemasaran Melalui Media Online lainnya seperti Go-Food dan Grab-Food.

Berikut adalah Hasil dari Produk



Kesimpulan

Menjadi warga UMKM bukanlah hal yang mudah, Tetapi keberadaan saya sebagai mahasiswa KKN sedikit membantu Warga UMKM. Dengan adanya strategi pemasaran yang baru, semoga mampu meningkatkan perekonomian warga UMKM.

Ucapan Terima Kasih

Saya ucapkan Terima Kasih Kepada Yth. Dosen Pembimbing Lapangan, Ibu Dr. Erny Herlin Setyorini, S.H., M.H, yang kedua kepada Bapak RT setempat yang sudah mengizinkan saya melakukan program kerja, juga dengan warga UMKM setempat, sehingga pelaksanaan KKN saya Bisa berjalan dengan baik.



Daftar Pustaka

- Sarfiah, S. N., Atmaja, H. E., & Verawati, D. M. (2019). UMKM sebagai pilar membangun ekonomi bangsa. *Jurnal REP (Riset Ekonomi Pembangunan)*, 4(2), 137-146.
- Tarmizi, A. (2018). Strategi Pemasaran UMKM: Literature Review. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 3(2), 191-198.
- Naimah, R. J., Wardhana, M. W., Haryanto, R., & Pebrianto, A. (2020). Penerapan Digital marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM. *Jurnal IMPACT: Implementation and Action*, 2(2), 119-130.
- Michael, T. (2019). Tourism Law (Study On The Dutch Cemetry In Peneleh Surabaya). *DiH: Jurnal Ilmu Hukum*, 15(2).