

# **PROGRAM KKN: UPAYA PENINGKATAN PENJUALAN PRODUK DRINKKY BY KAYLA**

M. Damanhuri Wahid

*Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya (Ilmu  
Komunikasi)*

*Email: [damanh45@gmail.com](mailto:damanh45@gmail.com)*

Penulis Kedua

*Nama Institusi (Program Studi, Universitas)*

*Email: [xxx@xxx.com](mailto:xxx@xxx.com)*

**Abstrak.** Dalam program KKN dilakukan Kerjasama dengan mitra Drinkky by Kayla. Usaha tersebut merupakan usaha yang menjual minuman dengan bahan utamanya yaitu susu sapi. Namun, usaha Drinkky by Kayla mendapatkan hambatan seperti lokasi usaha yang berada di rumah pribadi sehingga kurang terjangkau oleh calon pelanggan. Pemilik usaha kurang mengetahui bagaimana cara memasarkan produknya melalui social media. Pemilik usaha kurang mengetahui bagaimana cara mendesain produknya. Melalui program KKN ini berusaha untuk meningkatkan penjualan produk dengan mencari solusi untuk permasalahan yang dialami oleh mitra. Setelah program KKN ini berjalan mitra memiliki pengetahuan tentang cara memasarkan produk dan sudah memiliki akun media sosial seperti Instagram dan TikTok, mendapatkan pengetahuan bagaimana cara mendesain sebuah produk, dan diharapkan setelah program KKN selesai pemilik usaha masih gencar mempromosikan di media social agar usaha dapat berkembang.

**Kata Kunci:** Usaha Kecil Menegah, Sosial Media

## **PENDAHULUAN**

Di zaman sekarang, pilihan minuman semakin banyak pilihannya. Mulai dari yang murah hingga yang mahal. Pengusaha harus memikirkan strategi yang terus terbarukan mengikuti perkembangan zaman dan keinginan pelanggan yang sedang ramai. Untuk menciptakan peluang usaha yang dapat bertahan dan terus berkelanjutan, banyak sekali faktor yang harus diperhatikan oleh pengusaha antara lain: lokasi penjualan, harga, dan pengenalan produk yang menarik. Drinkky by Kayla merupakan bisnis personal yang bergerak di bidang minuman dengan bahan utamanya adalah susu sapi. Untuk saat ini, Drinkky by Kayla hanya memasarkan produknya hanya di daerah sekitar penjualan. Yang menjadi konsumen Drinkky by Kayla hanyalah masyarakat sekitar daerah penjualan saja. Pemilik usaha masih terbatas kemampuannya dalam memasarkan produknya sehingga penjualan belum maksimal. Pemilik usaha juga masih terbatas kreativitasnya dalam mendesain produk dan brandingnya sehingga konsumen kurang tertarik. Jika kita melihat pelaku usaha yang sudah terkenal, pasti dari ketiga faktor tersebut sudah berjalan dengan baik dan terus dilakukan secara berkelanjutan. Dalam memasarkan sebuah produk, kita tidak bisa hanya berpromosi hanya satu atau dua kali saja, kita tidak bisa menggunakan desain produk yang sama. Hal tersebut bisa terjadi terutama pada bidang bisnis kekinian atau bisnis kreatif. Dalam kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) ini bertujuan untuk membantu pemilik bisnis Drinkky by Kayla untuk meningkatkan kualitas produknya. Untuk meningkatkan kualitas produk dapat dilakukan dengan cara memenuhi kebutuhan konsumen, meningkatkan pasar baru di tengah masyarakat, mengembangkan dan

mengaplikasikan pengetahuan dan wawasan pemilik usaha, memodifikasi produk sehingga mempunyai nilai yang tinggi baik dalam desain warna, ukuran, kemasan, dan merek..

## METODE PELAKSANAAN

Dalam kegiatan KKN ini dilakukan pada waktu dan tempat pelaksanaan sebagai berikut:

- 1) Waktu Pelaksanaan : Bulan Juni 2022

- 2) Tempat Pelaksanaan : Jl. Simorejo V No. 18 Kel. Simomulyo Kecamatan Sukomanunggal, Kota Surabaya, Provinsi Jawa Timur



Metode pelaksanaan kegiatan ini berisi Langkah-langkah untuk menyelesaikan tujuan dari program kegiatan KKN ini. Langkah-langkah tersebut dapat dilihat pada diagram alir diatas dengan uraian sebagai berikut:

### 1. Menentukan Lokasi Usaha

Pada program kegiatan KKN ini dipilih daerah Kelurahan Simomulyo untuk menentukan usaha yang ingin dikembangkan. Pemilihan lokasi ini karena dekat dengan lingkungan rumah penulis. Selain itu, di daerah ini juga terdapat banyak pelaku usaha mikro menengah yang cocok sebagai objek program kegiatan KKN.

### 2. Menentukan Usaha

Setelah dipilih lokasi usaha, selanjutnya adalah memilih jenis usaha dan pelaku usaha. Jenis usaha yang dipilih adalah di bidang makanan dan minuman. Usaha yang dipilih yaitu Drinkky by Kayla. Usaha ini dipilih karena dirasa masih kurang tingkat penjualan dan pemasarannya.

### 3. Identifikasi Masalah

Menentukan masalah apa saja yang dirasakan oleh pemilik usaha. Hal ini dapat diketahui dengan cara mewawancara pelaku usaha dan setelah itu kita dapat mengidentifikasi apa saja masalah yang dirasakan oleh pemilik usaha tersebut.

### 4. Menentukan Tujuan

Telah diketahui berbagai permasalahan yang dialami oleh pelaku usaha sehingga penulis menentukan beberapa tujuan untuk membantu menyelesaikan masalah tersebut.

## 5. Menyusun Metode Pelaksanaan

Setelah ditentukan tujuannya maka penulis akan merencanakan metode pelaksanaan yang tepat untuk mencapai tujuan tersebut. Dalam program kegiatan KKN ini, lebih ditekankan pada promosi dan pemasaran untuk membantu mengembangkan usaha.

## 6. Promosi dan Pemasaran

Dalam promosi dan pemasaran, ada beberapa kegiatan yang dibagi menjadi dua yaitu sebelum promosi dan pemasaran dan selama promosi dan pemasaran dilakukan. Sebelum promosi dan pemasaran, penulis mendesain alat-alat promosi dan membuat desain logo untuk Drinkky by Kayla. Selama promosi dan pemasaran, penulis melakukan promosi melalui media social terutama Instagram dan melakukan penawaran langsung kepada konsumen.

## 7. Laporan Kegiatan Harian

Pelaporan kegiatan dilakukan sebagai evaluasi dan pertanggungjawaban dalam pelaksanaan kegiatan program KKN ini yang berisi foto kegiatan dan laporan harian. 8. Membuat Target Luaran

Setelah seluruh rangkaian kegiatan selesai, akan dibuat luaran yang terdiri dari tiga jenis yaitu luaran wajib dan luaran tambahan. Untuk luaran wajib berupa publikasi media massa, artikel ilmiah, dan video inspiratif. Untuk luaran tambahan berupa produk dan karya desain.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam melaksanakan program kegiatan ini menggunakan laporan harian untuk mencatat setiap jenis kegiatan. Rincian laporan kegiatan harian dapat diuraikan sebagai berikut:

Tabel 1. Rincian Laporan Harian Program KKN

Hari ke	Nama Kegiatan	Keterangan Kegiatan
1	Survey Lokasi Mitra 	Survey lokasi mitra berada di Jl. Simorejo V No. 18 Kelurahan Simumulyo Kecamatan Sukomanunggal Surabaya pada pukul 08.00 – 10.00 WIB. Melibatkan dua orang pada survey tersebut untuk mengetahui survey lokasi mitra Drinkkyy dan mengetahui kondisi serta masalah yang terjadi di mitra. Tujuan: melakukan survey lokasi mitra pada hari ini yaitu untuk mengetahui keadaan lingkungan mitra tersebut sehingga perencanaan berjalan semaksimal mungkin untuk dapat mengembangkan mitra dari produk minuman Drinkkyy. Sasarannya yaitu mitra Drinkky by Kayla.

2	Pengecekan Produk	Pengecekan produk dilakukan di Jl. Simorejo V No. 18 Kelurahan Simumulyo Kecamatan
---	-------------------	--

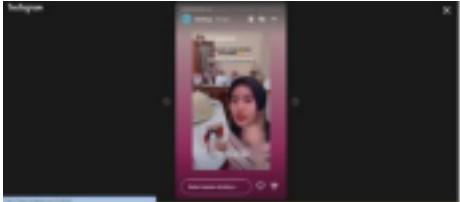
		<p>Sukomanunggal Surabaya pada pukul 09.00 – 11.00 WIB. Melibatkan dua orang pada survey tersebut untuk mengetahui survey lokais mitra Drinkkyy dan mengetahui kondisi serta masalah yang terjadi di mitra.</p> <p>Tujuan: untuk menemukan solusi dalam memperbarui desain produk. Sasarannya yaitu mitra Drinkky by Kayla.</p>
3	<p>Pembuatan Logo usaha</p> 	<p>Pembuatan logo dilakukan di Jl. Raya Simo Rejo No. 12 Kelurahan Simumulyo Kecamatan Sukomanunggal Surabaya pada pukul 21.00 – 02.00 WIB. Melibatkan dua orang pada survey tersebut untuk membuat logo produk usaha Drinkky by Kayla agar produk ini mempunyai identitas dan dapat dikenali masyarakat.</p> <p>Tujuan: untuk menemukan solusi dalam memperbarui desain produk. Sasarannya yaitu mitra Drinkky by Kayla.</p>

4	<p>Pembuatan media sosial Instagram dan Tiktok</p> 	<p>Pembuatan media sosial dilakukan di Jl. Simo Rejo V No. 18 Kelurahan Simumulyo Kecamatan Sukomanunggal Surabaya pada pukul 09.00 – 10.00 WIB. Melibatkan dua orang pada survey tersebut untuk membuat akun gmail dan media social yaitu Instagram dan tiktok.</p> <p>Tujuan: untuk mempromosikan produk karena kedua platform tersebut sedang populer di jaman sekarang selain itu jangkauan dari kedua media social ini sangat luas. Sasarannya yaitu mitra Drinkky by Kayla.</p>
5	<p>Pembuatan Sticker dan Cetak Sticker</p> 	<p>Pembuatan sticker dan pencetakan sticker dilakukan di Jl. Simo Rejo V No. 18 Kelurahan Simumulyo Kecamatan Sukomanunggal Surabaya pada pukul 09.00 – 12.00 WIB. Melibatkan dua orang pada survey tersebut untuk membuat desain sticker produk.</p> <p>Tujuan: untuk memberi identitas pada</p>

		<p>produk minuman Drinkky. Sasarannya yaitu mitra Drinkky by Kayla.</p>
6	<p>Pembuatan pamphlet/banner</p> 	<p>Pembuatan banner dilakukan di Jl. Simo Rejo V No. 18 Kelurahan Simumulyo Kecamatan Sukomanunggal Surabaya pada pukul 09.00 – 11.00 WIB. Melibatkan dua orang pada survey tersebut untuk membuat desain banner, mencetak, dan memasangnya.</p> <p>Tujuan: untuk menarik perhatian para konsumen dan mengetahui apa itu minuman drinkky. Sasarannya yaitu mitra Drinkky by Kayla.</p>

7	<p>Pembuatan Produk</p> 	<p>Pembuatan produk dilakukan di Jl. Simo Rejo V No. 18 Kelurahan Simumulyo Kecamatan Sukomanunggal Surabaya pada pukul 10.00 –13.00 WIB. Melibatkan dua orang pada survey tersebut untuk membuat produk minuman dan mengatahui cara menghasilkan produk minuman Drinkky by Kayla.</p> <p>Tujuan: untuk membuat dan menciptakan minuman yang enak serta tanpa bahan pengawet agar dapat dinikmati oleh konsumen. Sasarannya yaitu mitra Drinkky by Kayla.</p>
8	<p>Proses Packaging</p> 	<p>Proses packaging dilakukan di Jl. Simo Rejo V No. 18 Kelurahan Simumulyo Kecamatan Sukomanunggal Surabaya pada pukul 12.00 –13.00 WIB. Melibatkan dua orang pada survey tersebut untuk mengemas produk minuman Drinkky by Kayla dan siap untuk dipasarkan.</p> <p>Tujuan: untuk melindungi produk dari suhu, getaran, guncangan, tekanan selama proses pengiriman produk. Sasarannya yaitu mitra Drinkky by Kayla.</p>
9	<p>Survey Pasar</p>	<p>Survey pasar dilakukan daerah Simorejo dan sekitarnya pada pukul 09.00 –12.00 WIB. Melibatkan dua orang pada survey tersebut untuk menemukan pasar yang dijadikan sasaran penjualan.</p>

		<p>Tujuan: untuk mendapatkan dan merencanakan sasaran yang realistik. Artinya target pasar yang ditetapkan mitra sesuai dengan produk yang dipasarkan.</p> <p>Sasarannya yaitu mitra Drinkky by Kayla.</p>
--	---	--

10	Promosi di Media Sosial	<p>Promosi di media social dilakukan di Jl. Simo Rejo V No. 18 Kelurahan Simomulyo Kecamatan Sukomanunggal selama 1x24 jam. Melibatkan dua orang pada survey tersebut untuk memasarkan produk Drinkkyy by Kayla melalui status indtagram salah satu selebgram. Tujuan: agar bisa mendapatkan jangkauan lebih luas dibandingkan memasarkan secara offline. Sasarannya yaitu mitra Drinkky by Kayla.</p> 
11	Penawaran ke Konsumen	<p>Penawaran ke konsumen dilakukan daerah Simorejo dan sekitarnya pada pukul 18.00 – 20.00 WIB. Melibatkan dua orang pada survey tersebut untuk melakukan penawaran kepada konsumen tentang minuman Drinkkyy by Kayla.</p> <p>Tujuan: untuk menganalisa kemungkinan banyaknya barang yang akan diproduksi dan menyusun strategi pemasaran. Sasarannya yaitu mitra Drinkky by Kayla.</p> 
12	Pemasaran Produk dan laporan Pertanggung Jawaban	<p>Pemasaran produk ini dilakukan di wilayah Simo Rejo dan sekitarnya pada pukul 18.00 – 21.00 WIB. Melibatkan dua orang pada survey tersebut untuk melakukan pemasaran produk minuman Drinkkyy by Kayla. Tujuan : memasarkan produk ini untuk meningkatkan penjualan yang nantinya akan menambah keuntungan untuk mitra drinkkyy.</p> 

Faktor pertama yang mempengaruhi penjualan adalah lokasi usaha. Lokasi usaha adalah tempat suatu usaha beroperasi atau melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonomi. Lokasi merupakan komponen paling penting sebagai tempat menjalankan aktivitas usaha dan sangat krusial bagi keberlangsungan usaha kedepannya. Pemilihan lokasi usaha yang baik akan memerikan dampak positif seperti menambah pendapatan usaha, menambah konsumen, dan lain sebagainya. Lokasi usaha mitra berada di rumah pribadi, sehingga jangkauan mitra

kurang maksimal karena tidak banyak orang yang lewat dan melihat produk mitra. Namun, pemilik usaha masih bisa melakukan peningkatan penjualan menggunakan promosi melalui media sosial.

Faktor kedua yaitu promosi produk agar produk dapat dijangkau lebih luas oleh calon pelanggan. Promosi tidak bisa dilakukan sekali atau dua kali saja, promosi harus dilaksanakan secara kontinyu dan membutuhkan kreativitas agar dapat menarik pelanggan. Promosi tentu saja membutuhkan biaya, namun untuk menekan biaya pemilik usaha dapat melakukan promosi secara gratis terlebih dahulu terutama menggunakan social media seperti Instagram dan TikTok. Pemilik usaha harus terus membuat konten

konten yang menarik agar dapat menarik perhatian calon pelanggan melalui media sosial. Faktor ketiga yaitu desain produk yang menarik. Faktor yang tidak kalah penting dari dua faktor di atas yaitu desain produk dan kemasan. Di zaman sekarang yang banyak sekali pilihan makanan dan minuman, membuat masing-masing pemilik usaha berlomba lomba untuk mendesain sekreatif mungkin agar pelanggan dapat meilirik produknya. Jika kemasan yang kita tampilkan ala kadarnya walaupun produk kita dirasa bagus, pelanggan akan lebih memilih sebuah produk yang memiliki kualitas bagus serta desain yang menarik. Dengan desain produk yang menarik juga dapat meningkatkan penjualan karena pelanggan akan dengan senang hati untuk mempublikasikan produk ke media sosialnya

secara pribadi. Hal tersebut akan sangat menguntungkan pemilik usaha.

Menjelaskan hasil yang telah dicapai yang didukung dengan data-data.

## **SIMPULAN**

Dari hasil program KKN yang sudah diuraikan di atas dapat diambil kesimpulan bahwa mitra Drinkky by Kayla masih belum memahami bagaimana cara melakukan pemasaran produk. Pemilik usaha masih belum menguasai penggunaan media social untuk memasarkan produknya. Setelah program KKN, mitra memiliki pengetahuan tentang cara memasarkan produk dan sudah memiliki akun media sosial seperti Instagram dan TikTok. Kedua, pemilik usaha belum memahami bagaimana cara mendesain produk agar menarik, namun setelah program beliau mendapatkan pengetahuan bagaimana cara mendesain sebuah produk. Mitra juga mendapatkan desain sticker, logo, dan banner produk. Ketiga, lokasi usaha Drinkky by Kayla berada di rumah pribadi yang kurang jangkauan calon pelanggan, jika usaha tersebut berkembang maka mitra dapat menempatkan lokasi usahanya di tempat yang lebih ramai. Solusi untuk saat ini yaitu menggencarkan promosi di media social agar usaha dapat berkembang.

## **UCAPAN TERIMA KASIH**

Penulis mengucapkan kepada pemilik usaha Drinkky by Kayla karena telah bekerja sama melakukan program KKN dan bersuka hati untuk membantu penulis. Juga kepada masyarakat sekitar lokasi mitra karena sudah membeli produk minuman Drinkky by Kayla.

## **DAFTAR PUSTAKA**

Hidayah, M. R. (2017). *Pengaruh Desain Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Motor Sport Yamaha 150cc Di Kabupaten Klaten*. Yogyakarta: Universitas Negeri

Yogyakarta.

Hidayat, R. T. (N.D.). Pengaruh Lokasi Usaha Terhadap Volume Penjualan (Studi Pada Bisnis Restoran Kelas Kecil Di Lingkungan Kampus Universitas Riau Pekanbaru).

Putra, I., Maharani, I., & Soraya, D. (2021). *Kewirausahaan*. Bandung: Nilacakra.

Saraswaitu, M. L., Pradhanawati, A., & Hidayat, W. (N.D.). Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kampung Batik Wiradesa, Kabupaten Pekalongan. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*.