



Peningkatan Penjualan UMKM melalui Promosi Digital Marketing

M. Nuruddin Subha*, Bella Alya Labibah

Universitas Pancasila, Jakarta, Indonesia

E-mail: *nurrudin.subhan@univpancasila.ac.id

Abstrak

Pengumpulan data terkait UMKM yang ada di desa taman sari dengan melakukan wawancara dan identifikasi masalah setiap UMKM. Selanjutnya kelompok 5 dibagi ke beberapa kelompok untuk melakukan wawancara ke 3 UMKM yang ada didesa : Umkm Sepatu dan Sandal, Umkm Catering dan Umkm Kembang Goyang dan di hari kedua melakukan observasi dan wawancara terhadap umkm bengkel sepatu sandal motekar, selanjutnya kami melaksakan pembagian tugas dan melakukan seminar proker kepada DPK. Di hari ketiga melakukan proker untuk UMKM kembang goyang ibu Elis guna meningkatkan promosi di media sosial, seperti membuat logo, dan flyer untuk menu dikarenakan ibu Elis hanya dapat memasarkan produk melalui status WhatsApp, dikarenakan narasumber belum mempunyai waktu yang cukup untuk menerima pesanan dalam jumlah banyak dan tidak memproduksi setiap harinya, jadi kami hanya membantu membuat logo serta flyer menu. Hasil program kerja dilaporkan kepada narasumber pelaku UMKM Ibu Elis, dan juga memberikan saran agar produk tersebut disebar luaskan melalui aplikasi pengiriman jasa antar seperti J&T, JNE, dan lainnya.

Kata Kunci: desa taman sari; umkm; seminar; promosi.

Abstract

Collecting data related to UMKM in Taman Sari Village by conducting interviews and identifying the problems of each UMKM. Furthermore, group 5 was divided into several groups to conduct interviews with 3 UMKM in the village: Umkm Shoes and Sandals, Umkm Catering and Umkm Flower-shaped traditional snack and on the second day made observations and interviews of the motekar sandals workshop then we carried out the division of tasks and conducted seminars to DPK. On the third day, we carried out work programs for Mrs. Elis' rocking flower UMKM to increase promotion on social media, such as making logos and flyers for the menu because Mrs. Elis can only market products through WhatsApp status, because the resource person does not have enough time to accept orders in large quantities and does not produce every day, so we only help make logos and menu flyers. The results of the work program were reported to the resource person, Mrs. Elis, and also provided suggestions for the product to be disseminated through delivery service applications such as J&T, JNE, and others.

Keywords: taman sari village; umkm; seminars; promotion.

PENDAHULUAN

Kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) merupakan kegiatan pemberdayaan masyarakat oleh mahasiswa sebagai perwujudan kegiatan tri dharma perguruan tinggi. Permana dan Aristoteles (2017). Kegiatan Kuliah Kerja Nyata ini merupakan suatu program kerja mahasiswa yang masuk kedalam SKS yang wajib ditempuh baik dari fakultas Ekonomi dan Bisnis maupun fakultas Ilmu Komunikasi.

KKN ini dilaksanakan pada tanggal 7 Desember 2023 -10 Desember 2023 di Desa Pasir Eurih Kecamatan Taman Sari Kabupaten Bogor. Didesa Tamansari ini sudah banyak pemberdayaan UMKM agar terus peningkat dalam membantu penjualan produk-produk lokal. Kuliah Kerja Nyata (KKN) yang bertujuan mampu membantu menangani dari setiap masalah UMKM-UMKM yang ada didesa Pasir Eurih.

Mengidentifikasi setiap permasalahan yang ada dan mampu memberikan solusi terbaik dan bisa merealisasikan ide-ide cemerlang pada pemasaran produk UMKM. Pada kelompok kecil kami mendapatkan UMKM Kembang Goyang Ibu Elis.

Dengan dilakukannya Kuliah Kerja Nyata (KKN) diharapkan kami mampu merealisasikan ide-ide atau gagasan dari setiap pendiri UMKM yang belum mampu melakukannya.

Permasalahan yang sedang dihadapi yaitu sulitnya pemasaran di era digital sekarang, yang diakui Bu Elis belum banyak mengerti dalam perkembangan teknologi yang mampu meningkatkan penjualan Kembang Goyang.

Berdasarkan permasalahan tersebut, solusi yang diberikan oleh mahasiswa yaitu dengan membuat sketsa desain logo, dan flyer. Yang nantinya akan membantu dalam pemasaran digital yang mampu menarik banyak minat konsumen.

Pelaksanaan kegiatan KKN ini bertujuan untuk mahasiswa dapat menempatkan diri dalam masyarakat serta belajar dari masyarakat. Mahasiswa juga dapat mengambil alih bagian didalam seluruh kegiatan di lingkungan masyarakat sekaligus mahasiswa berkontribusi mengabdikan kepada masyarakat.

METODE

Tahap pertama yaitu survey ke beberapa UMKM (kembang goyang, catering makanan, sepatu&sandal). Dilakukan pada hari pertama Kamis 7 Desember 2023. Kemudian dengan adanya data survey mahasiswa dibagi dalam 3 kelompok untuk mengidentifikasi setiap masalah UMKM yang ada.

Pada Jumat 8 Desember 2023 kami melakukan wawancara dari beberapa UMKM yang ada untuk mengetahui setiap masalah yang ada, dan nantinya kami mampu memilih UMKM yang sangat urgensi dalam masalahnya. Pada Sabtu 9 Desember 2023 mendiskusikan hasil program kerja apa yang akan dilakukan kepada setiap UMKM yang sudah dipilih kemudian menyicil pelaporan hasil program kerja KKN dilakukan pada 10 Desember 2023.

HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Membuat Logo Usaha/Brand

Logo merupakan gambar yang mewakili arti dari setiap produk, perkumpulan atau perusahaan. Kenapa logo sangat penting bagi usaha UMKM didesa pasir eurih ini untuk membuat jaringan yang luas dalam memperkenalkan produk yang mudah diingat oleh konsumen.



Gambar 1. Logo dan Menu Kembang Goyang

b. Sosial Media

Sosial media merupakan salah satu platform yang digunakan oleh orang-orang untuk berinteraksi satu sama lain serta bertukar informasi sampai bisa melakukan promosi dan penjualan menggunakan sosial media. Platform yang digunakan adalah Whatsapp karena bu Elis belum mempunyai waktu jika menerima orderan dalam jumlah banyak dan tidak memproduksi Kembang Goyang setiap harinya..

SIMPULAN

Dalam kegiatan KKN sangat diharapkan dapat memberikan solusi, saran dan terealisasikannya atas masalah-masalah yang dihadapi setiap UMKM yang berada di Pasir Eurih. Mampu menyelesaikan atas permasalahan UMKM terkait pemasaran digital yang belum dilakukan sehingga dapat berkembang lebih pesat lagi dan dapat dikenal oleh masyarakat luas lagi. Tetapi dalam waktu KKN yang singkat ini kami selalu memantau pelaku UMKM melalui personal setelah KKN selesai dilaksanakan atas pertanyaan yang masih bisa ditanyakan kepada mahasiswa terkait digital marketing.

REFERENSI

Syifa, I, Y. Wardani, K, M. Rakhmawati, D, S. Dianastiti, E, F. (2021) Pelatihan UMKM Melalui Digital Marketing untuk Membantu Pemasaran Produk pada Masa Covid-19. *Jurnal ABDIPRAJA 2 (1): 6-13.*