



PERANAN KEMASAN (PACKAGING) DALAM MENINGKATKAN PEMASARAN DIGITAL PRODUK USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM) DI DESA FIRDAUS

Oleh

Santi M Hasibuan¹, Fitri A Lestari², Junita Putri Rajana³

^{1,2,3}Universitas Muslim Nusantara Al washliyah Medan

Email: ¹santihhasibuan88@gmail.com, ²fitriayulestari141@gmail.com,

³junitaputriharahap@umnaw.ac.id

Article History:

Received: 18-12-2021

Revised: 03-01-2021

Accepted: 24-01-2021

Keywords:

UMKM, Strategi Pemasaran,
Packaging.

Abstract: *Community Service Partners in this activity are Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) which are engaged in the business of producing and buying and selling snacks in Firdaus Village. This study aims to find out how the strategy for improving MSMEs is THE ROLE OF PACKAGING IN IMPROVING DIGITAL MARKETING OF MICRO SMALL MEDIUM ENTERPRISES (MSMEs) IN FIRDAUS VILLAGE. MSMEs in Firdaus Village have very minimal and conventional marketing and packaging that is unattractive. For this reason, MSMEs need to be given training on the importance of using digital marketing and attractive packaging so that their marketing system can be better so that they can expand the scope of their business targets and can support better sales activities. In addition, MSMEs are also given assistance in creating business accounts on digital media, namely digital media such as creating Facebook accounts, Shoppe and others, along with how to optimally manage these digital media. The outputs produced from this service are Social Media and Instagram accounts, scientific articles published in national journals, and activity reports. The method used is to provide training in the form of lectures and provide tutorials on creating an account on digital media and how to manage the digital media. From the results obtained in this activity, it is suggested that the use of this digital marketing strategy can be followed up with regular guidance so that it can be effective and optimal in supporting marketing activities and increasing MSMEs business sales.*

PENDAHULUAN

Masyarakat masyarakat desa Firdaus sangat banyak karena terdiri dari 15 dusun dengan total warganya 12.991 jiwa. Mayoritas masyarakat didesa Firdaus bekerja sebagai Wiraswasta, Petani, Buruh, Pegawai Negri, TNI/POLRI, Karyawan dan juga Jasa. Selain itu masyarakat di desa Firdaus juga bermata pencaharian dengan membuka usaha sendiri.



Mereka menjalankan usaha kecil seperti Usaha Keripik, Usaha Tahu, Usaha Tempe dan Usaha Makanan Ringan Lainnya.

Pandemi Covid-19 yang terjadi di semua Indonesia telah banyak mempengaruhi kehidupan masyarakat. Pandemi Covid-19 telah membuat terjadinya pelambatan sektor ekonomi di Indonesia salah satunya yang terkena dampak. Sektor Usaha Kecil Menengah (UMKM) disini mengalami berbagai permasalahan seperti penurunan penjualan, permodalan, distribusi terhambat, kesulitan bahan baku dan produksi menurun.

Pandemi Covid-19 juga telah membuat menurunnya daya beli masyarakat. Dikarenakan publik telah mengurangi interaksi diluar ruangan untuk menekan persebaran pandemi. Dengan demikian, banyak konsumen yang kemudian menjaga jarak dan mengalihkan pembelian secara digital. Dampaknya banyak UMKM yang harus menutup usahanya karena menurunnya pembelian karena masih tergantung dengan penjualan dan pembelian secara offline.

Salah satu strategi pemulihan ekonomi adalah terhubung dengan ekosistem digital, dengan cara mendigitalisasi pasar agar para pelaku usaha bisa tetap melakukan aktivitas usahanya meskipun di tengah pandemi Covid-19. Pelaku UMKM bisa mulai berubah dalam membangkitkan usaha-usahanya dan menyesuaikan diri di era new normal dengan memanfaatkan teknologi informasi (IT) di dalam bisnisnya. Namun upaya mengintegrasikan UMKM dengan ekosistem digital memerlukan ketrampilan khusus yang harus dikuasai oleh para pelaku usaha UMKM. Untuk itu maka menjadi hal yang cukup penting untuk dilakukannya pendampingan kapasitas UMKM dalam peningkatan penjualan melalui strategi pemasaran digital.

Selain itu untuk bersaing secara digital usaha UMKM perlu meningkatkan kreativitas dalam segi pemasaran seperti perubahan packaging untuk menarik pembeli dengan kemasan-kemasan yang lebih menarik lagi. Perlu diketahui bahwa produk-produk yang dihasilkan UMKM sangat enak dan bagus tidak kalah dengan produk yang dihasilkan oleh pabrik. Namun karena produk UMKM tersebut kemasannya sederhana sehingga penampilan kurang menarik. Hal ini yang menyebabkan produk UMKM jangkauan pasarnya terbatas dan sulit bersaing di pasaran digital seperti saat ini.

Melihat permasalahan yang dihadapi oleh masyarakat di desa Firdaus, maka kami merasa perlu untuk mensosialisasikan Pemasaran UMKM dan berubah packaging serta membantu pemasaran berbasis digital untuk meningkatkan Kapasitas Penjualan mereka . Sehingga harapan kami masyarakat disana dapat lebih meningkatkan penjualan mereka melalui perubahan packaging dan pemasaran berbasis digital dan berharap nantinya mereka dapat membangun desanya demi masa depan yang lebih baik.

METODE

Kegiatan Pengabdian kepada masyarakat dengan judul “Peranan Kemasan (*Packaging*) Dalam Meningkatkan Pemasaran Digital Produk Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Di Desa Firdaus “dilaksanakan di Salah satu rumah warga Di Desa Firdaus Kecamatan Sei Rampah. Kegiatan ini diikuti oleh Masyarakat Desa Firdaus Yang Memiliki Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).

Pelaksanaan kegiatan diberikan dalam bentuk pelatihan yang dibagi menjadi dua metode:

1. Metode pelaksanaan kegiatan ini Menggunakan metode ceramah tentang pentingnya



peranan digital marketing bagi perkembangan bisnis UMKM, terutama dalam hal meningkatkan kegiatan promosi. Ceramah juga disertai dengan beberapa contoh UMKM yang telah sukses menggunakan media digital untuk kegiatan promosi. Sehingga diharapkan pelaku UMKM sadar akan pentingnya pemanfaatan digital marketing di era sekarang ini.

2. Memberikan praktek langsung disertai tutorial pembuatan akun di media digital. Adapun media digital yang digunakan adalah Google Bisnis dan akun bisnis di media sosial Instagram. Pemberian tutorial hendaknya juga disertai dengan pengetahuan bagi UMKM tentang bagaimana mengoptimalkan semua fitur yang ada di kedua media digital tersebut.

Peralatan dan bahan yang digunakan yaitu Gadget berupa Handphone beserta paket data ataupun jaringan internet. Gadget ini berguna untuk mengakses media digital yang akan dibuat akunnya untuk pelaku UMKM tersebut.

Adapun langkah pelaksanaan kegiatan antara lain:

1. Koordinasi dengan mitra, terkait dengan penyusunan jadwal kegiatan, lokasi kegiatan, serta peserta kegiatan. Dalam koordinasi awal ini diharapkan dapat dipilih lokasi, hari, dan jam yang tepat sehingga pemberian materi pelatihan bisa maksimal dan tepat sasaran. Selain itu pihak UMKM akan menunjuk siapa saja karyawan yang dianggap tepat untuk mengikuti pelatihan. Sekurang-kurangnya peserta yang hadir diharapkan ada beberapa dari tenaga penjualan, perwakilan dari staf pemasaran, serta perwakilan dari pemilik UMKM itu sendiri.
2. Persiapan penyuluhan dan pelatihan. Dalam hal ini yang disiapkan berupa materi yang akan ditampilkan dalam sesi ceramah, persiapan pembicara, materi print out yang akan dibagikan kepada peserta, cek dan penataan lokasi kegiatan, serta persiapan peralatan dan persiapan pendukung seperti daftar hadir peserta, konsumsi, *back drop* dan lain-lain.
3. Pelaksanaan pelatihan sesi pertama yaitu berupa ceramah tentang pentingnya menggunakan pemasaran digital akan diberikan oleh salah satu dari anggota tim pengusul. Lama sesi ceramah kurang lebih 30 menit disusul dengan sesi tanya jawab.
4. Kemudian pelaksanaan pelatihan sesi ke dua yaitu pemberian praktek serta tutorial membuat akun di Google bisnis dan Instagram beserta cara untuk mengelola akun tersebut dengan optimal. Lama sesi kurang lebih 60 menit. Materi praktek akan disampaikan oleh satu dari anggota pengusul.
5. Penulisan laporan kegiatan.

HASIL

Hasil yang dicapai mengacu pada indikator keberhasilan jangka pendek, selama pelaksanaan kegiatan KKN Tematik yang dapat dilihat dari kesesuaian jenis dan jumlah luaran yang telah dihasilkan serta persentase hasil terhadap keseluruhan target kegiatan. Tentunya dalam pelaksanaan kegiatan yang telah dilakukan terdapat perubahan kegiatan maupun penambahan kegiatan, akan tetapi hal tersebut dapat diselesaikan dengan koordinasi dan konsultasi bersama pihak-pihak yang terkait. Berikut ini merupakan hasil yang dicapai selama pelaksanaan kegiatan :

1. Menjadi percontohan bagi warga desa Firdaus
Permasalahan yang dihadapi warga desa Firdaus yaitu kurangnya pengetahuan serta



pemahaman tentang pengembangan usaha UMKM melalui perubahan Packaging yang dapat menambah penjualan serta pemanfaatan digital melalui aplikasi online seperti (Shopee, Instagram, Lazada, Tokopedia, Facebook, Line dan WA). Program ini diharapkan nantinya dapat menjadi panutan dan juga contoh bagi warga sekitar desa Firdaus tentang bagaimana packaging yang menarik serta pemasaran digital yang dapat meningkatkan pendapatan.

2. Menambah wawasan dan ilmu pengetahuan bagi warga setempat
Bagi warga setempat apabila berhasil di realisasi dan dirasakan manfaatnya maka warga akan mengetahui akan pentingnya merubah Packaging yang dapat menambah penjualan dan diharapkan warga dapat menjadi mandiri, kreatif dan inovatif.
3. Meningkatkan pendapatan dan melatih pengembangan UMKM bagi warga setempat
Banyaknya usaha-usaha UMKM yang tidak beroperasi karena dampak yang diraskana pada musim pandemi COVID 19 saat ini membuat sebagian warga kehilangan pekerjaan dan membuat sebagian warga menganggur dan tidak melakukan apa-apa oleh karna itu diharapkan dengan pengetahuan pemasaran digital dapat meningkatkan penjualan serta diharapkan yang kami lakukan nantinya dapat menambah peningkatan pendapatan warga desa Firdaus.

Saat ini ketercapaian target yang telah dilakukan sebesar 86,43% dari kegiatan KKN Tematik yang telah dilaksanakan. Kedepannya kami akan menyelesaikan tahapan selanjutnya demi tercapainya target 100%. Dan untuk selanjutnya yang dilakukan yaitu :

1. Survey Lokasi, yaitu kami akan mengecek lokasi yang memungkinkan untuk melakukan pemasaran untuk kedepannya. Yaitu dengan meletakkan peyek kacang ini ke grosir yang ada di wilayah Desa Firdaus.
2. Pemasaran melalui media online yaitu dengan memasarkan melalui media masa seperti Facebook, Instagram, WhatsApp, Lazada dan media masa lainnya.
3. Kami akan membantu mitra UMKM untuk membuat toko online di Blog atau media masa lainnya agar bisa mengirim ke luar kota, agar produk yang dijual oleh mitra UMKM ini dapat dikenal oleh banyak orang

KESIMPULAN

Terselenggaranya program MBKM Kuliah Kerja Nyata Tematik (KKNT) Peranan Kemasan (Packaging) Dalam Meningkatkan Pemasaran Digital Produk Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Desa Firdaus sebagai upaya meningkatkan perekonomian mitra melalui pelatihan digital dan praktek secara langsung mengenai digitalisasi. Program ini terlaksana melalui beberapa rangkaian kegiatan maupun persiapan yang bertujuan untuk meningkatkan pendapatan mitra.

Kegiatan tersebut memberikan informasi kepada masyarakat Desa Firdaus, yang melalui kegiatan sosialisasi yaitu tentang bagaimana penggunaan digital untuk memasarkan produk, serta perubahan Packaging produk yang hal tersebut dapat meningkatkan pendapatan masyarakat yang memiliki usaha UMKM. Semoga usaha UMKM ini tetap berlanjut dan dapat meningkatkan pendapatan mitra UMKM.



DAFTAR REFERENSI

- [1] https://id.wikipedia.org/wiki/Firdaus,_Sei_Rampah,_Serdang_Bedagai diakses tanggal 11 Desember 2021.
- [2] <https://serdangbedagaikab.bps.go.id/publication/2019/09/26/a06ba9ec9714585da0228990/kecamatan-sei-rampah-dalam-angka-2019.html> diakses tanggal 11 Desember 2021.
- [3] <http://prodeskel.binapemdes.kemendagri.go.id/mpublik/> diakses pada tanggal 12 Desember 2021.



HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN