



SOSIALISASI STRATEGI PEMASARAN DAN PENGEMASAN PRODUK PADA UKM PEYEK DI DESA FIRDAUS

Oleh

Ghalih Anwar¹, Adrial Falahi²

^{1,2}Universitas Muslim Nusantara Al-Washliyah

E-mail: ¹ghalihanwar201@gmail.com, ²adrialfalahi@umnaw.ac.id

Article History:

Received: 02-02-2022

Revised: 11-02-2022

Accepted: 27-03-2022

Keywords:

Online Marketing, Product Packaging, Dent.

Abstract: *In today's increasingly competitive business world, entrepreneurs need to employ integrated marketing strategies designed to improve consumer purchasing decisions. In order to survive, develop and compete, companies must be able to maintain a high level of customer satisfaction. There are many ways to keep customers satisfied, one of them is by always improving the quality of the products sold and the correct and attractive product packaging. Socializing, involving and forming village communities in marketing and packaging, expanding marketing reach, and increasing the selling price of products with unique packaging. In the process of perfecting the marketing strategy and product packaging, through direct interviews with the community, then socialization of residents with small and medium businesses. The results of the implementation of the program can be concluded that the unique online marketing and packaging is very helpful for the marketing and packaging of buckwheat products. In addition, online marketing can help introduce products and the potential of small and medium businesses (home industry) to be marketed to consumers.*

PENDAHULUAN

Menghadapi persaingan bisnis yang semakin ketat saat ini, para pengusaha perlu menggunakan strategi pemasaran terpadu untuk meningkatkan keputusan pembelian konsumen. Agar dapat bertahan, berkembang dan bersaing, perusahaan harus mampu menjaga tingkat kepuasan pelanggan. Ada beberapa cara untuk menjaga kepuasan pelanggan, salah satunya dengan secara konsisten meningkatkan kualitas produk yang Anda jual, sekaligus memberikan kemasan produk yang benar dan menarik.

Selalu ada kebutuhan untuk penjualan. Tetapi tujuan pemasaran adalah menghasilkan banyak penjualan. Tujuan pemasaran adalah untuk mengetahui dan memahami pelanggan sehingga produk atau jasa dapat sesuai dengan kebutuhan mereka dan dengan demikian memasarkan itu sendiri. Idealnya, pemasaran harus menghasilkan pelanggan yang siap membeli, jadi pastikan produk dan layanan tersedia. Pemasaran biasanya diartikan sebagai memenuhi kebutuhan pelanggan. Dalam dunia bisnis, kesuksesan finansial seringkali



bergantung pada keterampilan pemasaran. Keuangan, operasi, akuntansi, dan fungsi bisnis lainnya tidak akan ada artinya jika permintaan akan produk dan layanan tidak berfungsi, karena pengusaha tidak akan mendapat manfaat. Pemasaran adalah hal yang kompleks, dan bagi banyak pengusaha kaya, itu adalah kelemahan.

Selain pemasaran, ada faktor lain yang dapat meningkatkan harga jual suatu produk, yaitu keunikan kemasan produk. Pembuatan produk yang tepat bagi konsumen perlu didukung dengan pengetahuan konsumen terhadap produk yang dibeli dan tingkat kenyamanan yang dirasakan konsumen saat menikmati produk tersebut. Tampilan produk sangat berpengaruh dalam menarik konsumen untuk membeli suatu barang dan bisa saja konsumen langsung membeli barang yang tampilannya menarik tanpa mengetahui barang apa yang dibelinya itu. Pada masa sekarang, kemasan merupakan perangkat marketing yang potensial. Desain kemasan yang baik dapat menciptakan nilai kenyamanan konsumen dan nilai promosi produsen.

Industri pengemasan di tanah air dari tahun ketahun telah banyak mengalami perkembangan. Hal ini dapat dilihat dengan banyaknya pengemasan yang dituntut untuk dapat memberikan kemudahan-kemudahan kepada konsumen (*convenience*), misalnya mudah dibuka, mudah diletakan dan lain- lain. Dalam perkembangan pengemasan tersebut tentunya terdapat hal-hal yang harus diperhatikan, antara lain harus mengetahui target konsumen, motivasi konsumen dalam membeli suatu produk dan biaya penyediaan untuk bahan-bahan pengemasan. Harus diingat bahwa kemasan yang baik adalah kemasan yang dapat menyesuaikan kemasan dengan fungsinya karena kemasan adalah salah satu cara untuk mempromosikan produk serta menarik minat konsumen untuk membeli suatu produk. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa kemasan sebagai salah satu ujung tombak pemasaran bukan sekedar bungkus, tetapi bagian dari pengemasan produk.

Kegiatan KKN Tematik ini dilaksanakan di Desa Firdaus Kecamatan Sei Rampah. Desa Firdaus merupakan salah satu desa yang mayoritas penduduknya menggeluti *home industry* (UKM) dan pertanian. Masalah yang banyak dihadapi masyarakat Desa Firdaus adalah mengenai pengemasan dan pendistribusian melalui media sosial. Salah satu kegiatan pengabdian yang dilakukan adalah Pengemasan dan Pemasaran Online, kegiatan yang dilakukan adalah mensosialisasikan, berpartisipasi, dan membentuk masyarakat Desa Firdaus Kecamatan Sei Rampah Kabupaten Serdang Bedagai dalam pemasaran dan pengemasan, agar dapat memperluas jangkauan pemasaran dan dapat meningkatkan harga jual produk dengan kemasan yang unik.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan ini dilaksanakan pada hari Kamis 16 desember 2020. Sasaran dalam kegiatan ini adalah warga Desa Firdaus yang terdiri dari Dusun VI dan VII serta warga yang memiliki usaha kecil menengah (*home Industry*). Dalam program kerja pemasaran online dan pengemasan produk menggunakan metode pendekatan terhadap warga Desa Firdaus yaitu mencari informasi dengan melakukan wawancara secara langsung kepada masyarakat Desa Firdaus dan tahap selanjutnya yaitu dengan mengadakan sosialisasi terhadap warga Desa firdaus serta pengusaha kecil menengah atau *home Industry* Desa Firdaus.

Kegiatan sosialisasi dilakukan setelah bekerjasama dengan kepala dusun Desa firdaus untuk mengkoordinir warga di setiap Dusun yang ada di Desa firdaus dan pengusaha kecil. Setelah mengumpulkan informasi mengenai warga dan UKM yang ada di Desa firdaus



langkah selanjutnya yang dilakukan adalah mempersiapkan sosialisasi. Setelah semua persiapan telah selesai dilakukan, sosialisasi pemasaran online dan pengemasan produk



Gambar 1. Kegiatan Sosialisasi

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dari program kerja pemasaran online dan pengemasan produk ini dilakukan pada tanggal 16 desember 2021. Target peserta sosialisasi adalah 2 Dusun yang ada di Desa Firdaus. Rincian jadwal kegiatan adalah:

- 1) Survei dan wawancara langsung dengan masyarakat dan UKM di desa firdaus. Selama observasi dilakukan tim melakukan Tanya jawab mengenai latar belakang usaha yang di lakoni, bagaimana cara pemasarannya, dan bagaimana pengemasannya.
- 2) Kita memberikan informasi tentang pemasaran online kepada peserta agar usaha yang dijalankan bias lebih berkembang, dan memperluas jangkauan pemasaran agar dapat dikenal masyarakat luas.
- 3) Selain itu kita juga memberikan informasi mengenai kemasan yang unik agar dapat menambah nilai jual produk .
- 4) Tidak hanya itu kita juga memberikan tips dalam pengambilan gambar display produk yang menarik untuk di unggah di media sosial agar terlihat lebih menarik.



Gambar 2. Suervey Lapangan dan UMKM



Gambar 3. Hasil Produk UMKM

Pemasaran online dan pengemasan produk di Desa Firdaus awalnya kurang mendapat respon yang baik tetapi, setelah kita berikan pemahaman serta contoh produk yang baik dan memiliki nilai jual tinggi masyarakat dan UKM Desa firdaus dapat memahami dan mendapat respon yang baik dari perangkat desa, masyarakat, dan UKM Desa Firdaus. Hal ini disebabkan karena dalam melakukan program kerja pemasaran online dan pengemasan produk yang telah dilakukan oleh tim dapat membantu pemasaran dan pengemasan produk warga sekitar. Selain itu program ini juga mengenalkan ada masyarakat dan UKM bagaimana cara pemasaran yang efektif dan cepat yakni dengan menggunakan media online.

PENUTUP

Kesimpulan

Dalam melakukan pemasaran suatu produk dibutuhkan suatu strategi pemasaran yang baik guna meningkatkan volume penjualan. Ada beberapa strategi yang bisa dilakukan, yaitu dengan memperluas jaringan pemasaran menggunakan media sosial dan pengemasan produk yang unik karena kemasan sebagai salah satu ujung tombak pemasaran bukan sekedar bungkus, tetapi bagian dari *consumer touching point* yang mengkomunikasikan *positioning* dan diferensiasi produk serta mampu menciptakan *impulse buying*. Hasil dari pelaksanaan program tersebut dapat disimpulkan bahwa pemasaran online dan pengemasan yang unik sangat membantu dalam pemasaran dan pengemasan produk peyek. Selain itu pemasaran online dapat membantu memperkenalkan produk dan potensi dari UKM (*home Industry*) yang ada di Desa Firdaus, serta membantu produsen untuk mempermudah akses pemasaran kepada konsumen.

Saran

Dari kegiatan ini, kami menyarankan agar pelaku UMKM dapat lebih memperhatikan kemasan produk mereka agar meningkatkan minat beli konsumen dan dapat bersaing dengan UMKM lainnya. Pemilik UMKM sebaiknya menambah jumlah varian produk agar para konsumen lebih tertarik.

DAFTAR REFERENSI

- [1] Amrullah, Artika Romal & Agustin, Sasi. 2016. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Honda Beat. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen: Volume 5, Nomor 7, Juli 2016. Surabaya: STIESIA.
- [2] Cenadi, Christine Suharto . 2000. Peranan Desain Kemasan Dalam Dunia Pemasaran. Jurnal NIRMANA Vol. 2, No. 1, Januari 2000: 92 – 103. Surabaya: Universitas Kristen.
- [3] Petra.Kotler, Philip & Armstrong, Gary. 2008. Prinsip-Prinsip Pemasaran.



- [4] Jakarta: Erlangga.Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane.2008. Manajemen Pemasaran. Jakarta:
- [5] Erlangga.Utami, Christina Whidya. 2008. Manajemen Ritel Strategi dan Implementasi Ritel Modern. Jakarta: Salemba.



HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN