

STRATEGI *DIGITAL MARKETING* PADA USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH SABUSAROLL

Diah Retnowati ¹⁾, Damar Jati ²⁾

^{1,2)}Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Wijayakusuma Purwokerto
Jalan Raya Beji Karangsalam No 25, Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah 53152
e-mail: ddyahunwiku@gmail.com
e-mail: damar.74t1@gmail.com

Info Artikel

Kata Kunci:
Brand Image; Digital Marketing; UMKM

Keywords:
Brand Image; Digital Marketing; MSMEs

Copyright © 2022 penulis

Abstrak

Tujuan kegiatan penyuluhan dan pelatihan adalah pelaku usaha Sabusa Roll dapat mengetahui dan memahami tentang *brand image* dan *digital marketing*. Metode pendekatan yang dilakukan dalam kegiatan pengabdian pada masyarakat adalah penyuluhan dan pelatihan tentang *brand image* dan *digital marketing*. Sasaran kegiatan pengabdian ini adalah pelaku usaha UMKM Sabusa Roll di Kelurahan Sumampir Kecamatan Purwokerto Utara Kabupaten Banyumas. Kegiatan pengabdian pada masyarakat ini menghasilkan bahwa pelaku usaha Sabusa Roll dapat meningkatkan kreativitasnya dan terciptanya *brand image* pada sebuah produk usaha sebagai strategi *digital marketing* sehingga mendorong pelaku usaha mengembangkan usahanya.

Abstract

The purpose of counseling and training activities is that Sabusa Roll business actors can know and understand about brand image and digital marketing. The approach method used in community service activities is counseling and training on brand image and digital marketing. The target of this community service activity is the MSME Sabusa Roll business actors in Sumampir Village, North Purwokerto District, Banyumas Regency. This community service activity resulted in Sabusa Roll business actors being able to increase their creativity and create a brand image on a business product as a digital marketing strategy so as to encourage business actors to develop their business.

PENDAHULUAN

Peranan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia sangat besar yaitu mencapai 99 % dari seluruh unit usaha. Pangsa UMKM dalam produk nasional bruto sebesar 60,5% dan pangsa lapangan kerja adalah 96,9% dari total lapangan kerja nasional (Limanseto, 2022). Salah satu bentuk UMKM yang banyak diminati yaitu dengan berbisnis kuliner. Bisnis kuliner merupakan usaha yang menguntungkan, alasannya karena makanan merupakan kebutuhan pokok manusia yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia. Bisnis kuliner ini juga memiliki banyak kategori, mulai dari makanan ringan (camilan), minuman, hingga makanan pokok dan memiliki potensi yang sangat bagus, tergantung bagaimana kita dalam memasarkannya.

Salah satu usaha makanan yang diminati yaitu Sabusa Roll. Sabusa Roll merupakan usaha makanan salad buah dan samyang. Tentunya banyak inovasi yang telah dilakukan di zaman modern ini. Saat ini, siapa yang tidak mengenal salad buah. Salad buah merupakan makanan segar yang terbuat dari berbagai macam buah-buahan yang lezat dan segar yang

dicampur dengan bahan lain seperti yogurt, mayones, dan keju. Dengan penyajian yang sederhana menggunakan cup plastik tentunya banyak dijumpai disetiap pembelian salad buah. Tentunya usaha ini berbeda dengan usaha sejenis salad buah yang di sajikan yaitu dengan menggunakan rise paper yang kemudian diisi dengan salad buah dan digulung bersama rise paper tersebut atau biasa disebut dengan Salad Buah Roll.

Salad roll merupakan makanan asal vietnam. Biasanya makanan ini dikenal dengan nama spring roll vietnam. Penyajian spring roll ini bisa menggunakan sayuran atau buah-buahan yang nantinya digulung dengan rise paper. Bila dilihat dari visualnya makanan ini terlihat seperti lumpia, bedanya yaitu jika lumpia khas indonesia ini biasanya digoreng, sedangkan spring roll/salad roll ini tidak digoreng. Sejatinya spring roll vietnam ini merupakan makanan sehat, bisa dilihat dari isinya yaitu sayuran atau buah-buahan.

Selain salad buah, usaha ini juga menggunakan mie goreng samyang yang penyajiannya digulung dengan rise paper. Makanan ini dapat disajikan untuk makan siang. Olahan menggunakan bahan utama mie goreng biasanya tidak membuat kita cepat bosan. Oleh karena itu, mie goreng samyang roll sangat cocok untuk diperjual belikan. Bisa dilihat dari produk usaha ini sangat bertolak belakang. Jika salad roll menjadi hidangan yang sehat. Lain halnya dengan mie goreng samyang roll, dengan bahan utama mie goreng tentunya bukan makanan yang sehat. Usaha ini lebih mengedepankan keinginan konsumen yang mungkin akan bosan jika hanya memproduksi salad roll yang identik dengan makanan sehat sehingga memproduksi juga makanan yang familiar yaitu mie goreng samyang.

Dengan inovasi dan keunikan yang dimiliki usaha ini tentu diperlukan juga adanya *digital marketing*. *Digital marketing* adalah kegiatan pemasaran termasuk *branding* yang menggunakan berbagai media. Sebagai contoh yaitu *blog*, *website*, *e-mail*, *adwords*, dan berbagai macam jaringan media sosial (Tarigan & Sanjaya, 2013). Beberapa kelebihan dari pemasaran digital dibandingkan dengan pemasaran konvensional yaitu kemudahan evaluasi pemasaran digital yang dilakukan, kecepatan penyebaran informasi dari sebuah produk, jangkauan pemasaran lebih luas, murah dan efektif dalam membuat pemasaran digital, membangun nama *brand* dari sebuah produk. Menurut kotler dalam Ramadhani (2012) reputasi perusahaan (*brand image* perusahaan) adalah seperangkat kepercayaan, daya ingat dan kesan yang dimiliki seseorang terhadap suatu objek.

METODE

Metode pendekatan yang dilakukan dalam kegiatan pengabdian pada masyarakat adalah penyuluhan dan pelatihan tentang *brand image* dan *digital marketing*. Sasaran kegiatan pengabdian ini adalah pelaku usaha UMKM Sabusa Roll di Kelurahan Sumampir Kecamatan Purwokerto Utara Kabupaten Banyumas sehingga pelaku usaha dapat menciptakan *brand image* pada sebuah produk usaha sebagai strategi *digital marketing*. Waktu pelaksanaan kegiatan ini dimulai pada bulan Desember 2022.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian pada masyarakat dilaksanakan di UMKM Sabusa Roll Kelurahan Sumampir Kecamatan Purwokerto Utara Kabupaten Banyumas. Kegiatan ini berupa penyuluhan tentang *brand image* dan *digital marketing* dengan sasaran kegiatan yaitu masyarakat dan pemilik usaha. UMKM ini menggunakan sistem open PO (pre-order). Pre Order atau yang lebih dikenal dengan sistem PO ini adalah perintah yang digunakan dalam pemesanan sebuah barang. Pemesanan ini dilakukan oleh konsumen dalam transaksi jual beli online. Konsumen memesan barang dan perlu membayar uang dari produk yang hendak dibeli terlebih dahulu. Baru setelah barang datang maka akan dikirimkan beberapa hari kemudian sesuai dengan janji yang telah dibuat sebelumnya dengan penjual.

Sebelum membuka open PO, UMKM ini membuat promo yang ditawarkan kepada konsumen agar konsumen tertarik ingin membeli produknya. Dalam hal marketing, lebih memfokuskan menawarkan produk melalui postingan Instagram dan WhatsApp. Media digital

Instagram dan WhatsApp merupakan media paling mudah untuk mencari konsumen karena memang dua aplikasi ini mudah diakses semua orang. Dalam memasarkan produk hal yang harus dilakukan adalah branding, menentukan target, dan copywriting.

Branding adalah salah satu hal penting yang harus dibangun oleh sebuah bisnis di era globalisasi. Hilangnya batasan membuat persaingan usaha juga semakin ketat. Contohnya, perusahaan atau bisnis yang berasal dari luar negeri dapat berdiri di Indonesia. Bahkan tidak hanya satu dua saja jumlahnya tetapi banyak. Karenanya sebagai pelaku usaha Anda juga harus memiliki dan membangun brand dari usaha bisnis. Sebuah brand yang kuat dapat dengan mudah dikenal oleh konsumennya sehingga banyaknya pesaing tidak akan berpengaruh jika brand sudah kuat.



Sumber: Dokumentasi Kegiatan

Gambar 3. Pengemasan Produk UMKM Sabusa Roll

Target pemasaran pada UMKM Sabusa Roll adalah sekelompok pelanggan homogen (serupa) yang ingin perusahaan sasar atau bidik. Mereka adalah gambaran tentang strategi apa yang akan perusahaan lakukan di beberapa segmen yang telah terpilih. Dalam pemasaran sasaran, bauran pemasaran perlu selalu disesuaikan agar sesuai dengan beberapa pelanggan sasaran tertentu. Dalam dunia online marketing, penghubung antara seorang penjual dan pembeli adalah melalui media tulisan, gambar dan video. Jika dalam dunia nyata semua ini dikerjakan oleh seorang sales marketing yang menawarkan langsung kepada calon konsumen. Tetapi dalam dunia online marketing peran seorang sales tersebut digantikan oleh copywriting. Copywriting adalah salah satu teknik seni penulisan dan tujuannya untuk mendapatkan respon dari pembacanya. Media dalam copywriting tidak hanya dalam bentuk tulisan saja, tetapi bisa menggunakan gambar atau dalam bentuk video.

Tim pengabdian juga melakukan analisis *Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats* (SWOT) untuk mengevaluasi kinerja usaha dan mengembangkan strategi bisnis yang efektif sehingga di peroleh hasil *strengths* (kekuatan) dalam produk ini adalah menggunakan bahan-bahan yang berkualitas, kemasan yang modern, saos salad yang dibuat sendiri dengan bahan yang baik dan memiliki cita rasa yang unik, harga relatif lebih murah dari pada pesaing lain. *Weaknesses* (kelemahan) produk ini yaitu makanan tidak dapat bertahan lama disuhu normal (lebih baik langsung dimasukkan kedalam pendingin makanan), menggunakan bahan yang berkualitas tentunya harga dari bahan juga relatif mahal dan varian produk terbatas. *Opportunities* (peluang) yang dimiliki produk ini adalah jumlah peminatnya banyak,

menggantikan sistem open PO, penambahan varian produk baru. Sementara *threats* (ancaman) dari produk ini adalah penjualan produk lumayan tinggi, namun ditakutkan hanya karena tren, jumlah kompetitor yang bertambah dan harga bahan baku yang cenderung naik turun.

Kegiatan pengabdian berjalan dengan lancar dan peserta penyuluhan dapat mengikuti kegiatan dengan baik dan berperan aktif dalam diskusi materi penyuluhan. Dengan adanya kegiatan pengabdian pada masyarakat ini dapat meningkatkan kreativitas masyarakat terutama pelaku usaha sehingga dapat terciptanya *brand image* sebagai strategi *digital marketing* produk.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pengabdian pada masyarakat serta pembahasan tersebut di atas, dapat disimpulkan bahwa pelaku usaha UMKM Sabusa Roll mengetahui dan memahami tentang *brand image* dan strategi *digital marketing*. Terciptanya *brand image* sebagai strategi *digital marketing*.

DAFTAR PUSTAKA

- Limanseto, H. (2022). Perkembangan UMKM sebagai Critical Engine Perekonomian Nasional Terus Mendapatkan Dukungan Pemerintah. Dapat diakses melalui <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/4593/perkembangan-umkm-sebagai-critical-engine-perekonomian-nasional-terus-mendapatkan-dukungan-pemerintah#:~:text=Peran%20UMKM%20sangat%20besar%20untuk,total%20penyerapan%20tenaga%20kerja%20nasional>.
- Tarigan, J., & Sanjaya, R. (2013). *Creative digital marketing*. Elex Media Komputindo.
- Purnomo, S. D., Adhitya, B., & Zumaeroh, Z. (2021). Pengaruh Ekonomi Digital Terhadap Pendapatan Industri Mikro dan Kecil di Indonesia. *Ekonomikawan: Jurnal Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan*, 21(1), 85-95.
- Ramadhani, A. F. (2012). Analisis Pengaruh Promosi, Efek Komunitas, Reputasi perusahaan, Harga, dan Kompetensi Tenaga Marketing Terhadap Minat Konsumen Mengambil Kredit Di PT BPR Weleri Makmur Semarang” (Semarang : Universitas Diponegoro)
- Rokhayati, I., Harsuti, H., Pujiastuti, R., Purnomo, S. D., Adhitya, B., & Danuta, K. S. (2022). Sistem Manajemen Keuangan sebagai Strategi Penguatan UMKM Masyarakat di Desa Kutaliman Kecamatan Kedungbanteng Kabupaten Banyumas. *Jurnal Abdi Masyarakat Indonesia*, 2(4), 1197-1202.
- Zumaeroh, Z., Prabawa, A., Muntahanah, S., Adhitya, B., & Purnomo, S. D. (2023). The Entrepreneurial Pattern Sought To Improve Food Security. *Eduvest-Journal of Universal Studies*, 3(1), 191-200