

STRATEGI PEMASARAN USAHA RENGGINANG DIMASA PANDEMI COVID-19 MELALUI MEDIA ONLINE DAN BRANDING LABEL KEMASAN DI KAMPUNG PONCOBUDOYO, PULISEN, BOYOLALI

Ani Muslihah Rositasari⁽¹⁾, Joko Mardiyanto⁽²⁾

⁽¹⁾Mahasiswa Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi Universitas Boyolali

⁽²⁾Dosen Fakultas Ilmu Hukum Universitas Boyolali

ABSTRACT

The Covid-19 pandemic that occurred had an impact on Micro, Small and Medium Enterprises (UMKM). Many entrepreneurs who have decreased in marketing of their products due to this pandemic, so a strategy is needed in marketing through online media and attractive packaging label branding for the sake of their business continuity. The impact of this decline in marketing was felt by one of the UMKMs managed by Mbak Yanti in producing raw rengginang located in Poncobudoyo, Pulisen, Boyolali. Therefore, KKN students carry out marketing activities for Rengginang products through online media in the form of WhatsApp, Instagram, and Facebook. In addition, by making Rengginang packaging labels that are more attractive and installing MMT/Banners. With this, it is hoped that the marketing of Mbak Yanti's rengginang product can increase again and the product will be increasingly known to the wider community

Keywords: MSME, Covid-19, Online Marketing Packaging Label, Branding

ABSTRAK

Pandemi Covid-19 yang terjadi berdampak pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Banyak pengusaha yang mengalami penurunan dalam memasarkan produknya akibat pandemi ini, sehingga diperlukan strategi dalam pemasaran melalui media online dan branding label kemasan yang menarik demi kelangsungan usahanya. Dampak penurunan pemasaran ini dirasakan oleh salah satu UMKM yang dikelola Mbak Yanti dalam memproduksi rengginang mentah yang berlokasi di Poncobudoyo, Pulisen, Boyolali. Oleh karena itu mahasiswa KKN melakukan kegiatan pemasaran produk rengginang dengan melalui media online berupa Whataaps, Instagram, dan Facebook. Selain itu juga dengan pembuatan label kemasan rengginang yang lebih menarik dan pemasangan MMT/Spanduk. Dengan ini diharapkan pemasaran produk rengginang Mbak Yanti dapat meningkat kembali dan produknya semakin dikenal masyarakat luas.

Kata Kunci: UMKM, Covid-19, Pemasaran Online, Branding Label Kemasan

PENDAHULUAN

Pandemi Covid -19 yang terjadi di dunia berdampak besar pula bagi kehidupan masyarakat Indonesia. Pada masa pandemi covid-19 diwajibkan bagi semua lapisan masyarakat untuk mematuhi protokol kesehatan dalam rangka mengurangi penyebaran virus. Pemerintah memberlakukan sistem *Work Form Home*, *Social Distancing*, dan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) sehingga masyarakat diharuskan untuk mengurangi aktivitas di luar rumah demi menjaga agar tidak terjadi penyebaran virus. Dengan adanya pembatasan ini maka berdampak besar pada perekonomian masyarakat Indonesia yang pastinya semakin menurun.

Salah satu yang terdampak Covid-19 ini adalah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Banyak pengusaha yang mengalami penurunan penjualan dan pendapatan akibat pandemi covid-19 ini. Banyak usaha rumahan atau Usaha Kecil Menengah (UMK) yang telah berdiri mengalami penurunan penjualan bahkan ada yang gulung tikar.

Salah satu Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang merasakan dampak dari adanya pandemi ini adalah usaha yang bergerak dalam produk olahan makanan yaitu usaha pembuatan rengginang Mbak Yanti, yang berlokasi di Poncobudoyo, Pulisen, Boyolali, yang merupakan cabang dari Rengginang “Rejeki Agung” Ibu Hartini. Setelah adanya pandemi sangat terasa sekali dampaknya dimana semakin menurunnya pemesanan rengginang.

Menghadapi hal demikian maka diperlukan strategi bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) agar tetap dapat bertahan dan dapat mengembangkan usahanya di tengah pandemi Covid-19. Salah satunya adalah dengan cara pemasaran melalui media online. Ini merupakan langkah yang dapat dilakukan oleh para pelaku usaha demi mempertahankan usahanya. Selain itu dengan pembuatan label kemasan yang menarik juga dapat menjadi strategi dalam pemasaran produk. Dengan melakukan pemasaran seperti ini, pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) diharapkan dapat meningkatkan penjualan dan mengembangkan usaha di tengah pandemi Covid- 19.

Usaha rengginang Mbak Yanti dalam pemasaran produknya belum menggunakan media online, jadi pemasaran produk selama pandemi Covid-19 ini hanya dilakukan sesuai pesanan langsung dari konsumen dan terbatas pada satu tempat saja. Oleh karena itu untuk mengembangkan usahanya kembali dimasa pandemi ini, maka diperlukan suatu strategi pemasaran penjualan produk rengginangnya dengan melalui media online.

METODE

Metode yang digunakan dalam pelaksanaan KKN ini adalah dengan memberikan suatu pembaharuan berupa pembuatan label kemasan yang lebih menarik pada produk rengginang Mbak Yanti, pemasangan MMT/spanduk produk rengginang, dan pemasaran dengan menggunakan Media Online. Strategi pemasaran ini dimaksudkan untuk lebih mengenalkan produk rengginang Mbak Yanti ke masyarakat luas dan lebih meningkatkan kembali pemasaran produknya tidak hanya di satu tempat saja tapi dapat terjangkau pemasarannya ke luar daerah bahkan luar jawa.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat dilakukan pada salah satu UMKM yang berlokasi di Kampung Poncobudoyo, Pulisen, Boyolali, yaitu usaha rengginang Mbak Yanti. Usaha rengginang yang dikelola oleh Mbak Yanti ini merasakan dampak adanya pandemi Covid-19 yaitu mengalami penurunan dalam hal pemasaran.

Adapun kegiatan pengabdian yang dilakukan antara lain :

a. Pembuatan label kemasan yang lebih menarik

Rengginang merupakan makanan ringan yang berbahan dasar beras ketan yang berbentuk bulat pipih dengan ukuran diameter sekitar 7 cm. Jenis makanan ini memiliki cita rasa gurih dan renyah yang dihasilkan dari khasnya rasa dari rengginang setelah proses penggorengan. Selain itu rengginang juga merupakan makanan ringan yang dapat mengenyangkan karena bahan dasarnya berupa beras ketan, dimana mengandung karbohidrat yang setara dengan nasi sebagai makanan pokok masyarakat Indonesia. Proses pembuatan rengginang dimulai dari pencucian dan perendaman beras ketan, pengukusan ketan, pencetakan ketan menjadi rengginang, penjemuran rengginang, dan terakhir proses pengemasan rengginang. Salah satu daya tarik produk rengginang yang akan dipasarkan terletak pada kemasannya yang menarik. Pembuatan label kemasan rengginang yang menarik adalah menjadi daya tarik yang dapat menjadi pembeda dengan produk-produk rengginang yang lain dalam pemasaran nantinya, serta dapat menjadi daya saing diantara produk-produk rengginang yang lainnya pula. Sangat penting sebenarnya pada saat produk diproduksi dan dikemas dengan menarik akan mampu meningkatkan penjualan.

Desain label dalam kemasan selalu berhubungan dengan nilai seni estetika, berupa hasil antara perpaduan warna, gambar, informasi dan fakta produk, karena didesain untuk memberikan ketertarikan kepada konsumen ketika melihat dan memilih produk sehingga berimplikasi terhadap peningkatan penjualan produk. Dalam Kuliah Kerja Nyata (KKN) ini program yang dilakukan adalah membuat desain label kemasan baru untuk usaha rengginang Mbak Yanti agar lebih menarik untuk dipasarkan dan juga sebagai branding produk rengginangnya.



Gambar 1. Perubahan Label Kemasan

b. Pemasangan MMT/Spanduk

Selain dalam hal pemberian label kemasan yang menarik pada produk rengginang, untuk mengenalkan usaha produk rengginang Mbak Yanti juga dilakukan dengan pembuatan

MMT/Spanduk. MMT/Spanduk ini dipasang di depan rumah Mbak Yanti untuk mempermudah pengenalan produk rengginangnya serta tempat usahanya kepada masyarakat. Diharapkan dengan pemasangan MMT/Spanduk produk usahanya ini, masyarakat yang melewatinya depan rumahnya dapat membaca dan nantinya dapat menginformasikan kepada masyarakat luas.



Gambar 2. Pemasangan MMT/Spanduk

c. Pemasaran Produk Rengginang Melalui Media Online

Setelah pemasangan MMT/Spanduk sebagai pengenalan Produk Rengginang Mbak Yanti pada masyarakat, maka langkah selanjutnya adalah proses pemasaran produk rengginang melalui media online yang dilakukan dengan memasarkan produk rengginang melalui media sosial berupa Whatapps, Instagram, dan Facebook. Tujuan dilakukan inovasi atau pemikiran pemasaran menggunakan media sosial atau online adalah untuk lebih memperkenalkan produk rengginangnya di masyarakat luas, tidak hanya terbatas dengan konsumen yang sudah menjadi pelanggannya tapi juga dapat menambah konsumen dari luar daerah bahkan luar jawa seperti waktu sebelum pandemi. Diharapkan dengan pemasaran online ini usaha rengginang Mbak Yanti dapat meningkatkan omset penjualannya kembali dan banyak pelanggan yang memesan sehingga usahanya dapat lebih berkembang walaupun masih dalam masa pandemi.



KESIMPULAN

Hasil dari program KKN ini diharapkan dapat meningkatkan produk rengginang dalam segi pemasaran sehingga dapat bersaing dengan produk yang lainnya. Dengan adanya label kemasan baru/branding kemasan produk, pemasangan MMT/spanduk, dan pemasaran online, produk rengginang Mbak Yanti dapat dikenal banyak orang, dapat meningkatkan penjualan dan mendapatkan banyak konsumen baru sehingga penjualan semakin meningkat walaupun masih di masa pandemi.

UCAPAN TERIMA KASIH

Segala puji syukur kami panjatkan kepada Allah SWT atas rahmat dan hidayah-Nya sehingga kegiatan KKN dapat terlaksana dan selesai dengan baik. Terima kasih yang sebesar-besarnya kami ucapkan kepada Rektor Universitas Boyolali, Ketua LPPM Universitas Boyolali, Panitia KKN, Dosen Pembimbing KKN, Ketua RT dan tempat usaha rengginang Poncobudoyo Pulisen Boyolali, serta keluarga tercinta yang selalu membantu dalam pelaksanaan program KKN dan penyusunan laporan KKN sampai dengan selesai.

DAFTAR PUSTAKA

- Dyah Ayu Perwitasari, Tim KKN Kecamatan Wonoasih, 2021, *“Branding Produk Label Kemasan Sebagai Upaya Pengembangan Daya Tarik Pemasaran Pada Umkm Rengginang Di Kelurahan Pakistaji Wonoasih Kota Probolinggo”*, Jurnal Abdi Panca Marga, Vol. 2, No. 1, Mei 2021.
- Citrawati Jatiningrum, Wulandari, Reka Yuliana, 2020, *“Strategi Pemasaran Media Online Sebagai Media Pendukung UMKM Pada Masa Pandemi Covid-19”*, eCo-Fin Vol.2, No.2, Juni 2020.
- Sam'un Jaja Raharja, Sari Usih Natari, 2021, *“Pengembangan Usaha Umkm Di Masa Pandemi Melalui Optimalisasi Penggunaan Dan Pengelolaan Media Digital”*, Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, Vo. 4, No. 3, Desember 2021.
- Ahmad Almaududi Nur Ahmas, Sutrisno, Ina Ratnasari, 2022 , *“Upaya Peningkatan Strategi Bersaing Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Melalui Inovasi Desain Kemasan Dan Pemasaran Produk Di Kabupaten Karawang”*, Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan Volume 6, Nomor 1, Maret 2022.