Community Engagement & Emergence Journal
Volume 3 Nomor 1 Tahun 2021
Halaman : 68-79

Inovasi Pemasaran E-Marketing Cemilan *Ote-Ote* Legendaris Kota Singaraja

Ni Wayan Novi Budiasni[a], Ni Made Sri Ayuni[b], I Kadek Satria Wibawa[c]
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Satya Dharma[a,b,c]
n.budiasni@gmail.com[a]

Abstract

The problem experienced by partners is the lack of new innovation in developing the resulting product. So far, the UMKM company UD.SUAR produces monotonous products, making it difficult to attract consumer interest, and the lack of market segment expansion, partners are given counseling about using internet marketing. The result of this activity is that UD. PASAR MSMEs are able to increase production and new variants that increase income. During the UMKM activities, UD.SUAR gave a good welcome, so the activities ran smoothly.

Keywords: *MSMEs, new innovations, market segment expansion*

Abstak

Permasalahan yang dialami oleh mitra ialah kurangnya inovasi baru dalam mengembangkan produk yang dihasilkan. Selama ini perusahaan UMKM UD.SUAR memproduksi produk yang monoton, sehingga sulit manarik minat konsumen, dan kurangnya peluasan segmen pasar, mitra diberikan penyuluhan tentang mengguanakan *internet marketing*. Hasil dari kegiatan ini UMKM UD.PASAR mampu meningkatan produksi dan varian baru yang membuat peningkatan pendapatan. Selama kegiatan UMKM UD.SUAR memberikan sambutan yang baik, sehingga kegiatan berjalan lancar.

Kata Kunci: UMKM, Inovasi baru, pelusan segmen pasar

1. Pendahuluan

Situasi perekonomian sekarang semkain sulit dengan adanya wabah Covid-19, kita dituntut untuk bekerja dan berusaha agar bisa mempertahankan kehidupan. Menunjang perekonomian dengan cara lain yang juga dapat membuka lapangan kerja baru dengan berwirausaha. Radas dan Bozic (2009), menyatakan bahwa usaha kecil merupakan salah satu penggerak kehidupan ekonomi modern dan dianggap sebagai mesin pertumbuhan ekonomi dan lapangan kerja. Untuk meningkatkan kualitas usaha perlu adanya peluasan segmen pasar, selain peluasan segmen pasar, inovasi baru dalam produksi tidak kalah penting. Produk yang ditampilkan oleh pemilik usaha harus memiliki inovasi. Menurut Amaliyanah (2017) meningkatkan daya saing bagi UMKM merupakan satu faktor penting dalam upaya pembangunan perekonomian nasional.

Menurut Kotler "Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain" (1997). Sedang Menurut Stanton dalam Tambajong (2013), pemasaran adalah suatu sistem dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan produk yang dapat memuaskan keinginan dalam mencapai tujuan perusahaan.

Selanjutnya menurut Satria (2021) menyatakan bahwa perlu adanya inovasi baru dalam bidang produksi baik dalam variasi makanan maupun pengemasan produk.

https://journal.yrpipku.com/index.php/ceej
*e-**ISSN:2715-9752, p-ISSN:2715-9868***
Copyright © 2021 THE AUTHOR(S). This article is distributed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International license.

Dan pemasaran melalui internet marketing sangat dianjurkan dalam UMKM UD.SUAR yang akan meningkatkan nilai penjualan.

UMKM UD.SUAR yang dimiliki oleh satu orang yang bernama Ni Putu Suartini yang sudah memulai bisnis ini dari tahun 2001-an. UMKM ini memiliki 4 orang karyawan. Pada awal tahun 2020 UMKM ini mengalami penurunan karena dampak dari wabah Covid-19. Oleh karena itu pemasaran melalui digital marketing sangatlah cocok.

Berdasarkan uraian diatas, adapun permasalahan yang dimiliki oleh mitra diantaranya :

1. Aspek pada di bidang pemasaran: Di tengah kebijakan yang dikeluarkan pemerintah dalam menanggulangi penyebaran pandemi Covid-19 yang semakin meningkat, menyebabkan jam oprasional usaha menjadi kacau, karena disaat jam oprasional di batasi tingkat produksi dan penjualan menjadi kacau. Oleh karena itu mitra mengalami penurunan yang cukup signifikan dan menyebabkan penurunan omset penjualan dan pendapatan sangat jauh dari biasanya.
2. Aspek pada sumber daya manusia: kurangnya sumber daya manusia yang kompeten dalam merancang pemasaran digital dan kurangnya inovasi baru dalam memproduksi produk yang akan di pasarkan, yang menyebabkan penjualan tidak terlalu efektif di saat situasi seperti sekarang ini, karena adanya pandemi Covid-19 ini.

Dengan adanya permasalahan tersebut, kegiatan ini akan berupaya untuk membantu UMKM UD.SUAR mengembangkan usaha dan memberikan inovasi baru.

2. Metode

Pelaksanaan Program Praktek Kerja Lapangan (PKL) di UMKM UD.SUAR, di Buleleng-Bali memiliki beberapa tahapan dan berbagai metode pelaksaan. Berikut beberapa tahapan pelaksanaan dan metode yang dilakukan :

1. Tahap persiapan

Pada tahap ini dilaksanakan koordinasi dengan ibu Ni Putu Suartini selaku pemillik perusahaan UMKM ini pada tanggal 1 Agustus 2021. Hasil koordinasi dengan beliau memutuskan untuk setuju dengan dilakukannya praktek kerja lapangan selama 1 bulan terhitung dari tanggal 2-31 Agustus 2021, mengingat kondisi saat ini beliau menyarankan tetap dengan protokol kesehatan demi keselamatan bersama.

2. Tahap pelaksanaan

Pada tahap pelaksanaan ini diisi dengan melakukan kegiatan berupa:

a. Memberikan masukan untuk membuat inovasi baru pada produk ,
b. Memberikan penyuluhan tentang *Internet marketing*,
c. Memberikan penyuluhan tentang cara memasarkan melalui *Internet marketing* (*facebook dan WhatsApp*)

3. Hasil dan Pembahasan

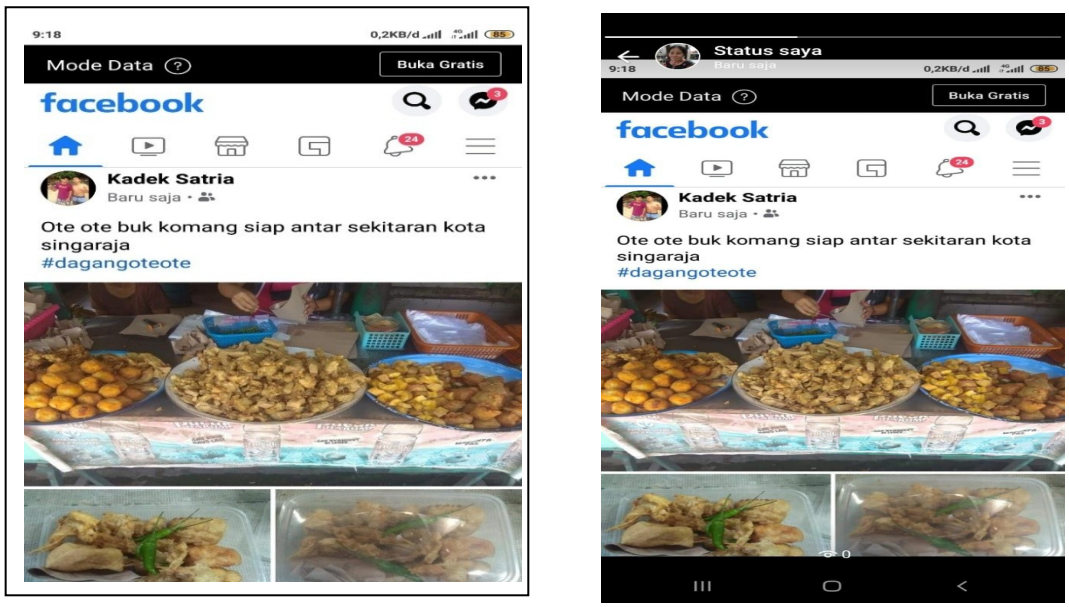
Pelaksanaan Program Praktek Kerja Lapangan (PKL) di UMKM UD.SUAR ini memiliki hasil capaian yang diperoleh melalui tahap evaluasi dan penyuluhan. Peningkatan kemampuan pemasaran melalui *internet marketing* mennjadi salah

satu faktor pendukung UMKM UD.SUAR mampu meningkatkan omset pendapatannya.

Berikut tampilan pemasaran dan varian baru produksi dari UMKM UD. SUAR melalui *internet marketing* (*Facebook* dan *WhatsApp*).

Tabel 1. Hasil Evaluasi Kegiatan

Jenis Peningkatan	**Sebelum**	**Sesudah**
Pengetahuan	1. Inovasi produk: UD. Suar belum mengetahui produk cemilan makanan bisa diinovasi dengan kemasan yang lebih menarik dan higenis.	1. Inovasi produk : UD. Suar Mengetahui cara inovasi produk dengan memperbaharui kemasan cemilan menjadi lebih higenis.
	2. Internet Marketing : UD Suar belum pernah melakukan pemasaran menggunakan internet marketing.	2. Internet Marketing : UD Suar mulai memasarkan produknya menggunakan *Internet marketing* (*facebook dan WhatsApp*)



Gambar 1. Pemasaran *online* melalui *Facebook* dan *WhatsApp*

4. Simpulan

Berdasarkan kegiatan yang telah dilaksanakan dapat disumpulkan bahwa dalam situasi sekarang yang dilanda pandemi semua perusahaan pasti menurun pada tingkat penjualan yang berimbas pada menurunnya pendapatan, hal ini juga berdampak pada UMKM UD.SUAR. Dimana tingkat penjualannya menurun,

kurangnya inovasi baru, dan kurangnya perluasan segmen pasar juga mempengaruhi penurunan dari pendapatan penjualan. Perlunya perluasan segmen pasar dapat diuntungkan karena proses penjualan dan transaksi dapat lebih mudah dengan didukung oleh adanya inovasi baru yang nantinya membuat para konsumen lebih tertarik, dan peningkatan kebersihan yang akan membuat para konsumen lebih nyaman dalam melakukan pembelian.

5. Ucapan Terimakasih

Terima kasih kami ucapkan kepada dosen pembimbing dan mitra yang telah mendukung kegiatan Praktek Kerja Lapangan ini dan telah memberikan sambutan yang sangat baik hingga program ini dapat terlaksana dengan baik.

6. Daftar Pustaka

Lindawati, S., Hendri, M., & Hutahaean, J. (2020). *Pemasaran Digital.* Bandung: Yayasan Kita Menulis

Rudjito. (April 2003). Strategi pengembangan UMKM Berbasis Sinergi Bisnis, dalam Makalah yang disampaikan pada seminar peran perbankan dalam memperkokoh ketahanan nasional kerjasama Lemhanas RI dengan BRI.

Amaliyanah, 2017. Pengaruh Penerapan Teknologi Informasi Pada Kampung UKM Digital Pasar Batik Trusmi Dalam Meninkatkan Dya Saing

Bozicand, Radas,S. L. 2009. "The Antecedents of SMEs Innovativeness in An Emerging Transition Economy", *Technovation*, 29:438–450.