

MENINGKATKAN PENJUALAN MELALUI STRATEGI PEMASARAN DIGITAL PADA UMKM KONVEKSI SUCEX KAOS SUMEDANG JALAN SUKATALIRAYA, KECAMATAN SITURAJA, KABUPATEN SUMEDANG

Reza Irawan Sutikno¹, Lafa Zidan Alfaini², Wina Putri Syabrina^{3,*}

¹ Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Jakarta, Jakarta 15419

² Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Jakarta, Jakarta 15419

³ Manajemen Perbankan Syariah, Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Jakarta, Jakarta 15419

* winasybr@gmail.com

ABSTRAK

Kuliah Kerja Nyata Universitas Muhammadiyah Tahun 2021 ini menggunakan daring atau berbasis online. Program kegiatan disesuaikan dengan domisili rumah masing-masing peserta yang mengikuti KKN UMJ 2021. Melakukan program kegiatan Meningkatkan Penjualan Melalui Strategi Pemasaran Digital pada UMKM yang terdampak Covid-19 dengan tujuan meningkatkan *Brand Awareness* pada UMKM tersebut. Dengan cara mempromosikan UMKM melalui Media Sosial dan marketplace, sebab Media sosial dan penjualan melalui marketplace. Metode kegiatan menggunakan beberapa tahapan: Perizinan pelaksanaan program kepada mitra; persiapan dan penyusunan strategi yang akan digunakan; pelaksanaan program kegiatan; dan pembuatan laporan. Strategi pemasaran yang digunakan adalah pembuatan salah satu marketplace yaitu Shopee dan melakukan promosi dengan menggunakan media sosial instagram, sebab Media sosial dan penjualan melalui marketplace disebut sebagai cara terbaik untuk bisa lebih dekat dengan konsumen. karena saat ini hampir seluruh masyarakat memiliki akun media sosial dan saat pandemi masyarakat lebih sering berbelanja di marketplace.

Kata kunci: Pemasaran Digital, UMKM

ABSTRACT

The University of Muhammadiyah University Real Work Lecture in 2021 is online or online-based. The activity program is adjusted to the home domicile of each participant who takes part in the 2021 UMJ KKN. Conduct an activity program to Increase Sales Through Digital Marketing Strategies for MSMEs affected by Covid-19 with the aim of increasing Brand Awareness in these MSMEs. By promoting MSMEs through social media and marketplaces, because social media and sales through marketplaces. The activity method uses several stages: Licensing program implementation to partners; preparation and preparation of strategies to be used; implementation of the program of activities; and report generation. The marketing strategy used is the creation of one of the marketplaces, namely Shopee and promotion using social media Instagram, because social media and sales through the marketplace are called the best way to get closer to consumers. because now almost all people have social media accounts and during a pandemic, people shop more often in the marketplace.

Keywords: Digital Marketing, MSME

1. PENDAHULUAN

Program Kuliah Kerja Nyata (KKN) merupakan bentuk implementasi kegiatan pengabdian pada masyarakat dalam rangka

perwujudan Tri Dharma Perguruan Tinggi. Program kegiatan mengutamakan praktek konkret di masyarakat, sehingga diharapkan

dapat memberikan manfaat untuk masyarakat sekitar.

Terdapat perbedaan pada KKN pada tahun 2021 ini, mengingat pandemi Covid-19 yang menginfeksi hampir seluruh negara di dunia ini termasuk Indonesia ditambah lagi kebijakan pemerintah yang melaksanakan PPKM maka, Universitas Muhammadiyah Jakarta (UMJ) salah satu Universitas di Indonesia memberlakukan KKN secara Online.

Pada program kegiatan meningkatkan penjualan melalui strategi pemasaran digital bertujuan untuk meningkatkan *Brand Awareness* pada UMKM dan menarik konsumen untuk melakukan pembelian. maka harus menerapkan strategi pemasaran yang tepat sesuai dengan kondisi pasar yang dihadapi dan perlu adanya cara untuk memajukan penjualan melalui promosi. Strategi pemasaran dan konsep promosi yang tepat. Karena, jika strategi pemasaran dan konsep promosi yang dilakukan kurang tepat maka kegiatan pemasaran tersebut menjadi tidak efektif dan dapat beresiko merugikan perusahaan.

Strategi pemasaran adalah pemasaran yang berusaha menanamkan perusahaan dan produknya di benak pelanggan, sedangkan Promosi adalah fungsi pemasaran yang memfokuskan pengomunikasian komponen-komponen program pemasaran secara persuasif kepada khalayak sasaran untuk menunjang pertukaran antara pemasar dan konsumen dan untuk membantu mencapai tujuan dari kedua belah pihak. Promosi berperan sebagai koordinasi upaya-upaya komunikasi pemasaran untuk mempengaruhi sikap atau perilaku.

Promosi dapat dilakukan dengan lima cara yang digunakan perusahaan untuk mencapai tujuan iklan dan pemasarannya, yaitu: penjualan pribadi (*personal selling*), periklanan (*advertising*), pubikasi (*publicity*), promosi penjualan (*sales promotion*), dan hubungan masyarakat (*public relation*).

Pada program kegiatan ini, promosi penjualan dilakukan menggunakan media sosial instagram dan penjualan menggunakan marketplace. Untuk menarik para konsumen, maka dibuatkan desain baru yang menarik.

2. METODE

Kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) Online yang berlangsung selama satu bulan terhitung pada tanggal 1 Juli – 1 Agustus 2021 pada UMKM Konveksi Sucex Kaos Sumedang, dengan judul Meningkatkan Penjualan Melalui Strategi Pemasaran Digital. untuk meningkatkan *Brand Awareness* terhadap UMKM tersebut.

Langkah pertama yang dilakukan pada kegiatan ini adalah perizinan pelaksanaan program kepada mitra, yaitu pemilik UMKM Sucex Kaos Sumedang dan melakukan diskusi dengan mitra terkait program kegiatan yang akan dilakukan; persiapan dan penyusunan strategi yang akan digunakan pada program kegiatan yang akan dilaksanakan; selanjutnya adalah pelaksanaan program kegiatan yang seluruhnya dilakukan secara online, karena mitra dan salah satu anggota kelompok kami yang terpapar virus covid-19.

Adapun program kegiatan yang kami lakukan adalah pembuatan Marketplace, pembuatan desain baru dan melakukan promosi melalui media sosial Instagram.



Gambar 1. Pertemuan dengan Mitra

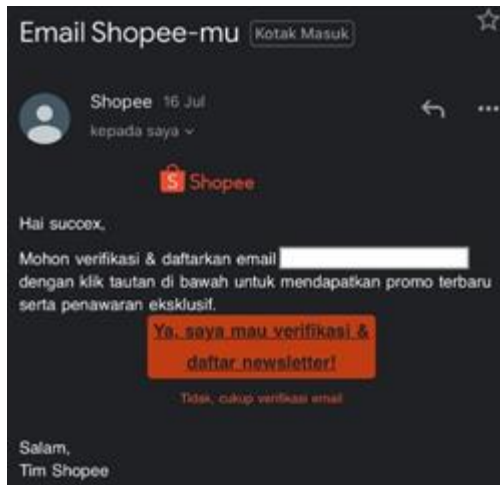
3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada program kegiatan meningkatkan penjualan melalui strategi pemasaran digital pada strategi meningkatkan *Brand Awareness* pada UMKM Konveksi Sucex Kaos Sumedang kami telah melakukan beberapa program, yaitu:

1. Pembuatan Marketplace

Setelah melakukan diskusi dengan mitra kami dan mitra sepakat untuk membuat marketplace. Sesuai dengan persetujuan mitra kami membuat akun Shopee untuk

mempermudah penjualan di masa pandemi ini.



Gambar 2. Proses Pembuatan Shopee

2. Pembuatan Desain Baru

Membuat desain yang menarik menjadi program kegiatan kami untuk membantu mitra. Karena desain yang menarik merupakan Strategi pemasaran, yaitu pemasaran yang berusaha menanamkan perusahaan dan produknya di benak pelanggan, membuat penjualan meningkat, pembuatan desain ini dibuat sesuai dengan permintaan mitra.



Gambar 3. Pembuatan Desain Baru

3. Promosi pada Sosial Media

Promosi pada media sosial menggunakan aplikasi Instagram untuk mempromosikan UMKM mitra, dengan cara mempromosikan Instagram UMKM tersebut yaitu (Ig @sucex_official) melalui Instagram

kelompok KKN 77 dan Instagram pribadi masing-masing anggota kelompok.



Gambar 4. Akun Instagram milik UMKM



Gambar 5. Promosi melalui Instagram KKN kelompok 77

4. KESIMPULAN

Program kegiatan Meningkatkan Penjualan Melalui Strategi Pemasaran Digital pada UMKM yang terdampak Covid-19 dengan tujuan meningkatkan *Brand Awareness* pada UMKM tersebut. Dengan cara mempromosikan UMKM melalui Media Sosial dan marketplace, sebab Media sosial dan penjualan melalui marketplace disebut sebagai cara terbaik untuk bisa lebih dekat dengan konsumen. Alasannya adalah karena saat ini hampir seluruh masyarakat memiliki akun media sosial dan saat pandemi masyarakat lebih sering berbelanja di marketplace

UCAPAN TERIMAKASIH

Ucapan terima kasih kepada LPPM Universitas Muhammadiyah Jakarta yang telah mendanai dan memfasilitasi KKN UMJ Online 2021. Terima kasih juga kepada mitra kami yaitu RT 01 Peninggilan Utara Ciledug yang bersedia dijadikan tempat kami untuk melaksanakan program KKN.

DAFTAR PUSTAKA

- Dharmmesta, Basu Swastha. (1999). *Pengantar Bisnis Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Kartajaya, Hermawan. (2006). *Syariah Marketing*. Bandung: Mizan Media Utama.
- Ridlo. A, Rosyid. (2021). Pencegahan Penularan Covid-19 Berbasis Aplikasi Android Sebagai Implementasi Kegiatan KKN Tematik Covid-19 di Sokanegara Purwokerto Banyumas., dalam *Community Engagement & Emergence Journali*, Vol. 2, No.1, 2021, hlm.7-11.