

Optimalisasi Marketing bagi UMKM Bandar BumBon

Atik Lusia¹, Muhammad Luqman Hakim², Heti Ovi³, Septia Putri⁴

^{1,2,3,4} Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta

E-mail: atiklusia@gmail.com, luqmanalhakim46@gmail.com

Correspondence author: atiklusia@gmail.com

Article History:

Received: Juni 2023

Revised: Juni 2023

Accepted: Juni 2023

Abstract: Saat ini industri bumbu dapur berkembang cukup pesat seperti yang sedang dilakukan oleh CV. Bandar Bumbon yang berada di Desa Kudusan, Dusun III, Gumpang, Kecamatan Kartasura, Kabupaten Sukoharjo, Jawa Tengah. Produk yang dihasilkan CV. Bandar Bumbon meliputi rempah-rempah yang dikeringkan atau dalam bentuk bubuk seperti merica, kemiri, ketumbar, pala, cabai, jahe, kunyit serta melayani aneka rempah lainnya. Pemilik dari industri tersebut yakni Pak Tris meyakini bahwa produk yang berkaitan dengan makanan terutama rempah - rempah memiliki potensi bisnis yang kuat. Bahkan berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik pada Triwulan 1 2023 bahwa Industri pengolahan memiliki kontribusi terbesar dalam Produk Domestik Bruto. Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk melakukan optimalisasi bidang marketing dari CV. BaBon (Bandar Bumbon). Berdasarkan hasil observasi dan wawancara dengan pemilik dan bagian marketing maka ditemukan bahwa CV. BaBon (Bandar Bumbon) belum mampu memaksimalkan marketing khususnya social media. Tim pengabdian melakukan optimalisasi dalam bidang sosial media terutama pada Instagram melalui konten foto produk, video produk, dan optimalisasi Google My Business.

Keywords:

Optimalisasi, Marketing, UMKM

Pendahuluan

Saat ini industri bumbu dapur berkembang cukup pesat seperti yang sedang dilakukan oleh CV. Bandar Bumbon yang berada di Desa Kudusan, Dusun III, Gumpang, Kecamatan Kartasura, Kabupaten Sukoharjo, Jawa Tengah. Produk yang dihasilkan CV. Bandar Bumbon meliputi rempah-rempah yang dikeringkan atau dalam bentuk bubuk seperti merica, kemiri, ketumbar, pala, cabai, jahe, kunyit serta melayani aneka rempah lainnya.

Pemilik dari industri tersebut yakni Pak Tris meyakini bahwa produk yang berkaitan dengan makanan terutama rempah - rempah memiliki potensi bisnis yang kuat. Bahkan

berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik tahun 2022 bahwa Produk Domestik Bruto Berlaku Indonesia Berdasarkan Lapangan Usaha Industri pengolahan memiliki kontribusi terbesar.



Sumber: BPS, 2022

Grafik 1. Grafik PDB Berlaku Indonesia Berdasarkan Lapangan Usaha (2022)

Grafik 1. Menjelaskan bahwa produk domestik bruto berdasarkan lapangan usaha tahun 2023 yang memiliki kontribusi terbesar adalah Industri Pengolahan, selanjutnya diikuti oleh Pertambangan – Penggalian, Informasi – Komunikasi, Jasa Pendidikan, dan Jasa lainnya. Industri Pengolahan termasuk didalamnya adalah Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).

Hal ini dikarenakan Usaha Mikro Kecil dan Menengah memiliki potensi untuk tumbuh lebih besar selain itu industri rempah juga memiliki potensi terhadap pasar export dengan didukung oleh Kementerian Perindustrian yang mengadakan kegiatan Indonesia Spice Up The World (ISUTW) tahun 2022 bertujuan untuk mempromosikan kuliner Indonesia dan juga memperkenalkan kembali produk rempah dan bumbu masakan merek lokal Indonesia. Berdasarkan data tersebut maka CV. BaBon (Bandar Bumbon) juga melihat peluang yang ada dengan memaksimalkan produk yg dihasilkannya.

Pada observasi lapangan dan wawancara yang dilakukan didapatkan beberapa permasalahan yang dialami oleh CV. BaBon (Bandar Bumbon) yaitu terbatasnya karyawan yang mampu memahami digital marketing sehingga distribusi menjadi tidak maksimal dan kurang memanfaatkan konten social media marketing.

Metode

Metode yang digunakan dalam pengabdian ini berupa pelatihan dan pendampingan konten produk seperti pembuatan foto produk dan video produk serta memaksimalkan penggunaan social media instagram. Adapun rincian dalam kegiatan pengabdian tersebut adalah:

1. Pelatihan dan Pendampingan Konten Produk

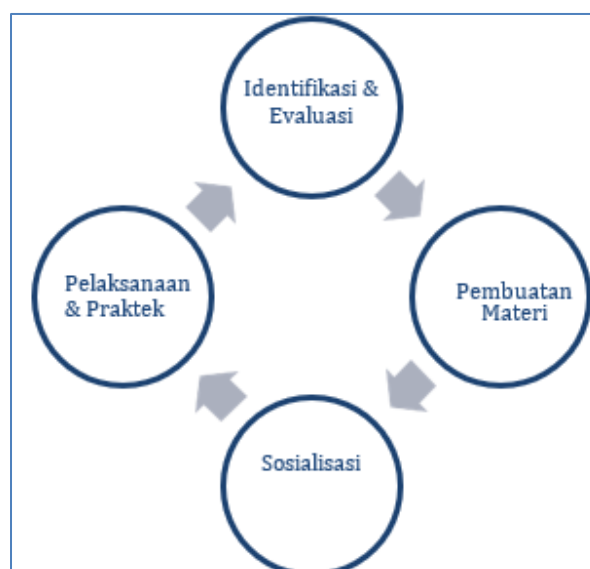
Pelatihan dan pendampingan kepada CV. Bandar Bumbon dilakukan oleh dosen dan 2 mahasiswa selama kurang lebih 1 bulan. Pelatihan berupa pembuatan konten foto dan video produk.

2. Penggunaan Instagram

Pendampingan yang dilakukan adalah memaksimalkan dan mengoptimalkan sosial media yang sudah dimiliki oleh mitra agar lebih efisien dalam memasarkan produk karena temuan yang terjadi dilapangan, sosial media yang dimiliki oleh perusahaan sudah lama tidak aktif selain itu juga konten yang ditampilkan kurang. Kemudian setelah mengetahui permasalahannya, tim melakukan diskusi dan membuat materi untuk membantu mengoptimalkan sosial media dan Google My Business pada Google Maps yang sudah dibuat.

Rencana kegiatan pengabdian yang dilakukan oleh tim dengan mengidentifikasi kondisi dan masalah yang dihadapi oleh usaha setelah diidentifikasi oleh tim terkait dengan sosial media. Sehingga, tim pengabdian memfokuskan pada sosial media yang sudah dimiliki oleh CV. Bandar Bumbon di Desa Kudusan, Dusun III, Gumpang, Kecamatan Kartasura, Kabupaten Sukoharjo, Jawa Tengah.

Hasil diskusi dari tim pengabdian yang akan diajarkan dan didampingi dalam proses tersebut. Harapannya agar CV. BaBon (Bandar Bumbon) lebih banyak lagi konsumen yang tahu dan melakukan pembelian bumbu dapur bubuk olahan pada usaha tersebut. Berikut kerangka proses perencanaan tim pengabdian STIE Surakarta.



Gambar 1. Kerangka Kerja Tim Pengabdian

Berikut rincian kerangka kerja tim pengabdian STIE Surakarta:

1. Identifikasi masalah

Diawali dari identifikasi masalah yang dihadapi oleh CV. BaBon (Bandar Bumbon) dengan metode observasi lapangan dan wawancara langsung kepada pemilik mitra dan melakukan evaluasi terhadap kondisi mitra.



Gambar 2. Wawancara dengan Pemilik CV. BaBon (Bandar Bumbon)

2. Pembuatan Materi

Setelah diketahui permasalahan yang dihadapi maka tim pengabdian STIE Surakarta melakukan diskusi dengan mahasiswa kemudian disertai dengan pembuatan materi untuk pendampingan

3. Sosialisasi

Setelah materi selesai selanjutnya dilakukan sosialisasi dan pelaksanaan secara langsung yang dibantu dengan mahasiswa.

4. Pelaksanaan dan Praktek

Pada pelaksanaannya tim pengabdian dosen dibantu dengan mahasiswa STIE Surakarta melaksanakan pendampingan dan praktek lapangan terkait pengoptimalan social media marketing yaitu instagram

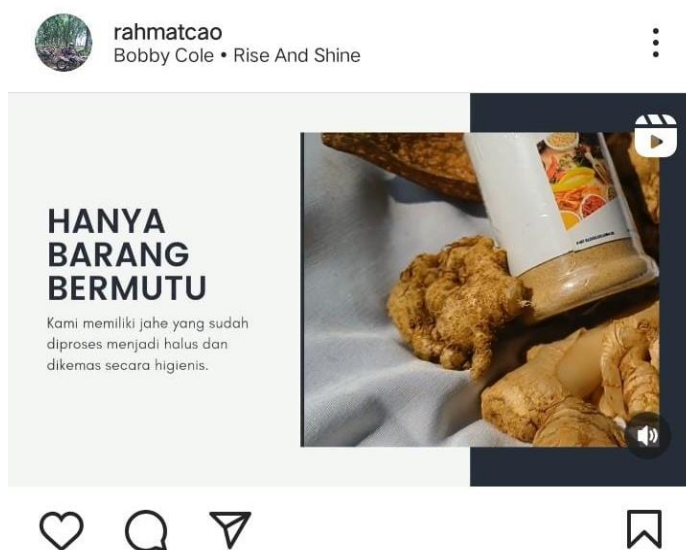
Hasil & Pembahasan

Hasil dari proses pendampingan yang dilakukan oleh tim pengabdian berupa pembuatan foto produk dari sampel yang sudah dimiliki oleh CV. BaBon (Bandar Bumbon) kemudian pembuatan video produk dengan beberapa teknik sampai pada unggah konten tersebut di Instagram yang dimiliki oleh CV. BaBon (Bandar Bumbon). Sampel produk yang sudah dimiliki oleh perusahaan kemudian dibuat menjadi lebih menarik untuk konten

produknya. Selain itu, pada Google My Business diberikan penambahan ulasan untuk semakin menarik konsumen untuk berkunjung dan lebih mengetahui mengenai produk yang ditawarkan serta diharapkan dapat memperluas distribusi produk bumbu dapur dari CV. BaBon (Bandar Bumbon) tersebut.



Gambar 3. Foto Produk Sebelum (Kiri) dan Sesudah Pelatihan (Kanan)



Gambar 4. Hasil Tangkapan Layar Video Produk

Kegiatan tersebut membutuhkan pendampingan selama satu bulan yang melibatkan sejumlah mahasiswa STIE Surakarta untuk belajar memahami bisnis dan cara pendampingan untuk membantu dalam proses pelaksanaan bisnis mitra.

Tabel 1. Data Inventori Barang produk CV. BaBon

No	Nama Produk
1	Bubuk Merica

No	Nama Produk
2	Bubuk Kemiri
3	Bubuk Ketumbar
4	Bubuk Pala
5	Bubuk Cabai
6	Bubuk Jahe
7	Bubuk Kunyit dll

Pada tabel 1 tertera beberapa produk yang ditawarkan kepada konsumen perorangan sampai level industri. Produk tersebut berupa bahan baku yang dapat digunakan untuk menunjang proses produksi industri maupun konsumen. Perusahaan yang bekerjasama dengan CV. Babon meliputi perusahaan jamu membutuhkan bahan baku jahe, kunyit, lengkuas dll serta konsumen akhir atau rumah tangga.

Tim pengabdian menyarankan agar CV. BaBon (Bandar Bumbon) tidak hanya memasarkan produknya untuk B2B (Business to Business) namun mendistribusikan juga produk bumbu dapur tersebut ke konsumen akhir atau B2C (Business to Customer). Seperti yang kita tahu bahwa konsumen akhir atau rumah tangga sangat membutuhkan rempah-rempah untuk menunjang masakan mereka sehingga hal tsb juga perlu diperhatikan oleh CV. BaBon.

Hal yang sudah dilakukan oleh industri CV. BaBon (Bandar Bumbon) yaitu melakukan rekrutmen pegawai digital marketing secara lepas, dimana pegawai tersebut bisa dengan leluasa mempromosikan produk dari industri CV. BaBon (Bandar Bumbon) kepada calon pembeli baik perorangan sampai sesama industri. Namun, hal tersebut memiliki risiko di masa yang akan datang apabila perusahaan tidak memiliki karyawan tetap yang menguasai dalam bidang digital marketing.

Pembahasan

Pemanfaatan digital marketing khususnya pada social media Instagram saat ini sangat diperlukan oleh setiap usaha termasuk CV. Babon. Dengan memaksimalkan digital marketing maka bisnis akan memiliki peluang yang lebih besar lagi karena kesempatan bisnis dalam memasarkan produknya semakin mudah dengan adanya perkembangan internet seperti saat ini (Huda dkk, 2023). CV. BaBon (Bandar Bumbon) dalam hal ini perlu memiliki tim marketing secara tetap sehingga dapat mengaktifkan kembali social media yang sudah dimiliki serta dapat melakukan penjualan secara daring melalui platform jual beli lain. Diharapkan dengan memanfaatkan pada digital marketing tsb mampu menjadikan produk CV. BaBon (Bandar Bumbon) lebih dikenal luas dipasarkan.

Hasil dari kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan oleh CV. BaBon (Bandar Bumbon) yaitu pendampingan pembuatan konten foto produk - produk yang dimiliki oleh CV. BaBon (Bandar Bumbon) dan video produk. Selain itu, tim pengabdian membantu mengoptimalkan google my business pada google maps dalam ulasan.

Kesimpulan

Kesimpulan hasil pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan oleh tim pengabdian di CV. BaBon (Bandar Bumbon) adalah membantu mengaktifkan dan mengoptimalkan digital marketing khususnya pada sosial media Instagram yang dimiliki oleh industri tersebut. Hal ini dilanjutkan dengan pemanfaatan dan pemaksimalan Google My Business pada Google Maps CV. BaBon (Bandar Bumbon). Pemanfaatan digital marketing sangat diperlukan dalam pengembangan bisnis di era sekarang ini. Bisnis yang tidak memaksimalkan social media maka akan kesulitan untuk berkembang menjadi lebih luas lagi dan sulitnya menyasar konsumen baru.

Pengakuan/Acknowledgements

Terima kasih dari tim pengabdian kepada lembaga Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta yaitu Dosen dan Mahasiswa serta mitra CV. BaBon (Bandar Bumbon) yang telah memberikan kesempatan untuk tim melakukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat.

Daftar Referensi

<http://www.bps.go.id/> diakses 28 Juni 2023 jam 7.13 WIB.

Huda, Triatmono, Lestari, dan Prabawa. (2023). Pelatihan Digital Marketing untuk pengembangan UMKM Minuman Es The Jumbo. DIMASETA: Jurnal Pengabdian Masyarakat STIE Surakarta.

Kementerian Perindustrian. (2022). Dukung Program ISUTW Kemenperin Incar Ekspor Bumbu Masak USD 2 Miliar <https://kemenperin.go.id/> diakses pada 28 Juni 2023