

## **Marketing Strategy Of Micro Small And Medium Business "Fantobiz" Banana Chips Through Digital Marketing And Improvement Of Product Identity During Covid-19**

**Nadia Pitra Kinasih<sup>1</sup>, Nurul Dwi Novikarumsari<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup> Universitas Jember

Email : nadiapitra@gmail.com

 <https://doi.org/10.36526/gandrung.v3i1.1774>

**Abstract:** *The student study service program or KKN BTV III, University of Jember was held during a covid-19 pandemic. This program hoped that students will still have the urgency of service so they can develop their ability to socialize in the community by implementing health protocols and as a medium for business development for communities affected by Covid-19. The target of this program is the MSMEs of "Fantobiz" Banana Chips. This program aims to improve the identity branding sticker of a "Fantobiz" and also improve digital marketing using Instagram, WhatsApp, and Shopee. This program not only helps create digital marketing but also trains the use of digital marketing so that their businesses can then run on the provisions already owned by the MSMEs. The identity of the product can be improved not only through the product sticker but also the making of a banner that becomes a flashlight for an MSME.*

**Keywords:** *the student study service, MSMEs, Digital Marketing, Identity*

### **Pendahuluan**

Kuliah Kerja Nyata atau disebut dengan KKN adalah suatu bentuk *intrakulikuler* yang merupakan implementasi dari Tri Dharma Perguruan Tinggi menggunakan metode memperkenalkan dan memberikan pengalaman bekerja, sosialisasi dan belajar mahasiswa dalam pemberdayaan masyarakat. KKN memiliki dasar peraturan yaitu pada Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional pada Pasal 20 Ayat 2 dinyatakan bahwa: "Perguruan tinggi berkewajiban menyelenggarakan pendidikan, penelitian, dan pengabdian masyarakat" (Syardiansah, 2019).

Universitas Jember memprogramkan KKN *Back to Village III* di Tahun 2021. KKN *Back to Village III* merupakan program (Kuliah Kerja Nyata) yang dirancang oleh Universitas Jember dan dilaksanakan oleh mahasiswa di kampung halaman atau daerahnya masing-masing guna pencegahan penularan Covid 19 yang semakin meningkat tahun ini. Salah satu yang daerah yang menjadi lokasi sasaran KKN yaitu Desa Bendoagung, Kec. Kampak, Kab. Trenggalek.

Peningkatan kasus baru Covid-19 yang terus terjadi di Indonesia mengakibatkan pemerintah

harus membuat kebijakan-kebijakan dan peraturan pembatasan kegiatan masyarakat untuk mencegah perluasan virus Covid-19 yaitu PPKM. Di sisi lain, kebijakan tersebut juga mempengaruhi situasi ekonomi masyarakat di Indonesia. Perlu disadari bahwa banyak desa yang memiliki potensi ekonomi namun belum bisa dikelola dengan baik dengan kurangnya pengetahuan mereka mengenai cara mempromosikan barang dagangannya dan cara pengemasan barang yang baik (Sari et al., 2020). Penurunan permintaan dan terganggunya rantai pasok terjadi di berbagai sektor usaha. Namun demikian pandemi Covid-19 yang melanda Indonesia sejak Maret 2020 menyebabkan perubahan pada berbagai sektor dan dampaknya hingga saat ini terus dirasakan oleh berbagai lapisan masyarakat termasuk pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yaitu Usaha Kripik Pisang Fantobiz di Desa Bendoagung Kecamatan Kampak Kabupaten Trenggalek. Berdasarkan (Bahtiar & Saragih, 2020) keadaan krisis ekonomi seperti ini, sektor UMKM sangat perlu perhatian khusus dari pemerintah karena merupakan penyumbang terbesar terhadap PDB dan dapat menjadi andalan dalam penyerapan tenaga kerja, mensubstitusi produksi barang konsumsi atau setengah jadi. Adanya virus Covid-19 terjadi suatu pengurangan pendapatan dari suatu UMKM oleh sebab itu perlu upaya untuk meningkatkan pendapatan dari UMKM dalam rangka mengurangi dampak perlambatan ekonomi virus Covid-19 melalui digital marketing dan perbaikan identitas produk. Salah satu upaya yang urgen untuk diambil adalah adanya pendampingan kepada pelaku usahawan pada level desa sebagai level terkecil perekonomian nasional, yakni dengan adanya berbagai macam Usaha Mikro Kecil, Kecil, Menengah (UMKM) sebagai motor penggerak perekonomian negara dengan diadakannya KKN BTV III Universitas Jember.

### **Metode**

Metode yang digunakan dalam pengabdian ini adalah Participatory Action Research (PAR) sebuah kegiatan pengabdian masyarakat berbentuk riset yang dilakukan dengan partisipasi masyarakat dalam satu lingkup sosial atau komunitas untuk membuat aksi perubahan ke arah yang lebih baik (Ratnaningrum et al., 2020). Pendekatan dalam PAR lebih bersifat kualitatif, namun Menurut (Saryono, 2010), Penelitian kualitatif adalah penelitian yang digunakan untuk menyelidiki, menemukan, menggambarkan, dan menjelaskan kualitas atau keistimewaan dari pengaruh sosial yang tidak dapat dijelaskan, diukur atau digambarkan melalui pendekatan kuantitatif.

Metode atau langkah-langkah yang dilaksanakan oleh mahasiswa KKN BTV III UNEJ antara Lain :

a) Pembekalan

Kegiatan pembekalan ini dilakukan dengan sesuai tema yang diambil sebelum dilakukannya suatu pelepasan dari kegiatan KKN akan berlangsung yang dimana merupakan kegiatan pemaparan program, tata cara dan tata tertib untuk mahasiswa KKN agar mempermudah dalam melakukan KKN sesuai tema yang telah dipilih .

b) Persiapan

Mahasiswa KKN BTV III ini melakukan atau mempersiapkan berkas-berkas izin kepada kepala daerah dari masing-masing desa yang akan dituju dan menentukan UMKM apa yang menjadi target dari KKN saat ini.

c) Penerjunan KKN

Mahasiswa KKN melakukan penerjunan dipelas ataupun diterjunkan Kegiatan yang dilakukan adalah Meninjau Lokasi dan perumusan masalah UMKM

d) Melakukan kelas sosialisasi dan pelatihan

Melakukan kelas pelatihan via during dan offline mengenai penggunaan e-commerce dan media sosial mengenai penggunaan e-commerce, media sosial, pembuatan sticker produk yang menarik seperti penambahan informasi media online yang dapat dihubungi yang dicantumkan kedalam sticker

e) Wawancara dan evaluasi

Melakukan wawancara dengan pemilik UMKM target dengan menanyakan mengenai inovasi yang dilakukan oleh mahasiswa KKN apakah memiliki dampak maupun efek terhadap penjualan produk dan melakukan evaluasi produk juga identitas produk seperti sticker dan banner yang dibuat oleh mahasiswa KKN tersebut.

## Hasil dan Diskusi

Pelaksanaan KKN BTV III ini dilakukan dari tanggal 11 Agustus sampai dengan tanggal 10 September 2021 dengan mengambil tematik pemberdayaan wirausaha terdampak covid-19 disesa Bendoagun Kampak, Kabupaten Trenggalek Jawa Timur dengan mitra usaha Kripik Pisang Fantobiz.

Berdasarkan hasil observasi dan identifikasi masalah terhadap sasaran didapatkan informasi mengenai terjadinya penurunan omset penjualan atau pendapatan semenjak pandemi dan ditambah lagi adanya PPKM. Pemasaran yang dilakukan UMKM target saya yaitu Kripik Pisang "Fantobiz" ini melakukan penjualan dengan cara konvensional. Berdasarkan permasalahan yang dihadapi, maka dirancang beberapa program kerja KKN meliputi pendampingan produksi kripik pisang, perbaikan branding sticker dan selain itu juga dilakukan perluasan pasar dengan memanfaatkan digital marketing

berupa Instagram, Facebook dan Shopee sebagai media jual beli Produk Kripik Pisang secara online. Tidak lupa juga melakukan pelatihan dalam hal pemasaran digital agar si mitra yang saya tuju dapat menjalankan bisnis onlinenya dengan berkelanjutan. Target yang diharapkan dari program keja tersebut adalah dapat meningkatkan pendapatan Wirausaha terkait. Jadi perlu dibuatkannya suatu rancangan kinerja dalam meningkatkan penjualan yaitu melalui pembuatan Business Model Canva, Model dampak impact dan Road maps sebagai acuan dalam mahasiswa KKN BTV III mealukan atau melaksanakan kegiatan KKN agar tertata sesuai tujuan dan mendapatkan hasil seperti yang diinginkan.



Gambar 1. Canvas Program Kerja



Gambar 2. Model Dampak (Impact) Pelaksanaan KKN



**Gambar 3. Road Maps**

(i) Perbaikan branding sticker identitas dari suatu UMKM

Cara perbaikan branding sticker ini tidak sembarangan, namun ditinjau dulu mengenai produk UMKM Kripik Pisang “Fantobiz” ini apakah sudah memiliki izin PIRT dan ternyata sudah memiliki izin PIRT (Pangan Produksi Rumah Tangga) ujar Nadia. PIRT merupakan sertifikat izin Pangan Industri Rumah Tangga yang diberikan oleh Bupati ataupun Walikota melalui Dinas Kesehatan. Sertifikat ini mengacu pada produksi pangan hasil yang dihasilkan telah memenuhi persyaratan dan standar keamanan yang telah ditentukan dan juga perlu penambahan media online didalam sticker untuk mempromosikan bahwa jika konsumen ingin membeli prosuk kripik pisang “fantobiz” bisa melalui media social whatsapp, instagram, dan shopee yang tercantum dalam sticker.





**Gambar 4. Sticker lama**



**Gambar 5. Sticker Baru dengan penambahan media sosial ig, wa dan juga e-commerce shopee**

Perluasan pasar dengan memanfaatkan digital marketing berupa Instagram, Facebook dan Shopee sebagai media jual beli Produk Kripik Pisang secara online. Mahasiswa KKN telah melakukan pelatihan mengenai cara bermedia sosial dan mengaplikasikan digital marketing yang berupa e-commerce seperti shopee yang saat ini merupakan suatu marketplace yang sangat diminati di Indonesia bahkan penjualan bisa sampai ke berbagai dunia, tidak lain juga dengan instagaram, whatsapp dan facebook sebagai media sosial yang paling banyak diminati di dunia dan bisa menjadi tempat bagi penjual kripik pisang fantobiz ini menawarkan barang yang dijual. Agar penjualannya semakin meningkat dan bu Binti selaku pemilik UMKM kripik pisang "Fantobiz" yang saya tuju ini dapat menjalankan bisnis onlinenya secara berkelanjutan.



**Gambar 6. Akun shopee kripik pisang ‘Fantobiz’**



**Gambar 7. Akun Instagram kripik Pisang “Fantobiz”**

(ii) Pembuatan Nota Pribadi UMKM

Dilakukan pembuatan nota pribadi sebagai bukti pembelian dari konsumen agar UMKM Target mengetahui pendapatan yang diperoleh dari nota tersebut dan juga sehingga pembeli mengetahui berapa harga per produk yang telah mereka beli, untuk memudahkan UMKM tersebut mengetahui keuntungan yang telah diperoleh, maka saya berinisiatif membuat nota identitas pribadi yang dilampirkan akun instagram, whatsapp dan shopee.





(iii) Perbaiki identitas UMKM melalui pemasangan banner

Kendala dalam usaha UMKM kripik pisang “Fantobiz” ini selain kurang media pemasaran adalah tidak adanya papan banner maupun tanda usaha yang dimana UMKM ini berada di dalam gang dan juga tanpa tanda pengenalan (banner) didepan rumah, Jadi tidak memiliki identitas oleh karena itu saya juga memiliki tujuan untuk membuat banner dipinggir jalan dan didepan rumahnya sebagai tanda pengenalan bahwa terdapat UMKM kripik pisang “Fantobiz” yang berada didalam gang didesa Bendoagung yang memiliki rasa dan kualitas yang sangat baik.

(iv) Melakukan pendampingan pengiriman penjualan shopee

Cara mengirim melalui shopee berbeda dengan mengirim barang pada umumnya, dimana dalam pembelian shopee terdapat voucher gratis ongkir jadi si pembeli maupun penjual tidak perlu membayar ongkos kirim barang, dalam hal mengirim ke alamat penerima tidak perlu menulis alamat lengkapnya, namun hanya menulis nomer resinya saja setelah pengemasan selesai setelah itu diberikan kepada courier untuk di pick up, alamat akan ditulis langsung oleh pihak ekspedisi pengiriman barang.

(v) Evaluasi

Evaluasi dilakukan dengan meninjau kembali apakah sudah sesuai antara program kerja awal dengan implementasi akhir, mewawancarai kembali pemilik UMKM mengenai kinerja dan promosi produk yang telah saya buat agar jika terdapat sesuatu yang tidak cocok bisa di evaluasi kembali demi peningkatan penjualan UMKM target saya yaitu Kripik pisang Fantobiz.

## Kesimpulan

KKN *Back to Village III* merupakan program (Kuliah Kerja Nyata) yang dirancang oleh Universitas Jember dan dilaksanakan secara mandiri oleh mahasiswa di kampung halaman atau daerahnya masing-masing guna pencegahan penularan Covid 19 dengan mengambil tematik Pemberdayaan Wirausaha Terdampak Covid-19. Karena dilaksanakan secara mandiri diharapkan agar memberikan dampak dan manfaat untuk desanya sendiri supaya perkembangan UMKM yang dituju semakin meningkat. Salah satu yang daerah yang menjadi lokasi sasaran KKN saya ini adalah Desa Bendoagung, Kec. Kampak, Kab. Trenggalek yaitu pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yaitu Usaha Kripik Pisang “Fantobiz” yang merasakan dampak dari adanya Corona virus dan PPKM yang terus diperpanjang yang menyebabkan penjualannya semakin menurun dan permintaan pembelinya

juga menurun. Berdasarkan permasalahan yang dihadapi, maka dirancang beberapa program kerja KKN meliputi pendampingan dan pelatihan yaitu dengan: melakukan perbaikan branding sticker identitas dari suatu UMKM, Perluasan pasar dengan memanfaatkan digital marketing berupa Instagram, Facebook dan Shopee sebagai media jual beli Produk Kripik Pisang secara online, Pembuatan bukti penjualan/nota pribadi UMKM, Melatih melakukan pengambilan gambar yang menarik untuk di-upload di media sosial dan e-commerce yang dituju sebagai tempat penjualan, Perbaikan identitas UMKM melalui pemasangan banner, Melakukan pelatihan dan sosialisasi kelas KKN, dan melakukan evaluasi produk dan program kerja.

Target yang diharapkan dari program kerja, pelatihan dan perubahan yang saya berikan dapat meningkatkan pendapatan UMKM "Fantobiz" dan memperlebar pasar penjualan kripik pisang melalui media sosial dan digital marketing berupa marketplace.

### **Daftar Referensi**

- Bahtiar, R. A., & Saragih, J. P. (2020). Dampak Covid-19 Terhadap Perlambataan Ekonomi Sektor UMKM. *Kajian Singkat Terhadap Isu Aktual Dan Strategis*, XII(6).
- Ratnaningrum, Z. ., Nurdiana, F. ., & Nisa, K. (2020). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dan Pendampingan Pengelolaan Keuangan Sederhana Bagi UKM Produsen Tas Perca Di Dusun Mangelo, Sooko, Mojokerto. *Jurnal Abdimas Nusantara*, 2(1).
- Sari, C. T., Septian, Y., & Nurdyastuti, T. (2020). Pelatihan Dan Pendampingan Pemanfaatan Limbah Kain Perca Bagi Pelaku UMKM Berkah Colection Di Bibis Luhur. *WASANA NYATA*, 4(1).
- Saryono. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif*. PT. Alfabeta.
- Syardiansah. (2019). Peranan Kuliah Kerja Nyata Sebagai Bagian Dari Pengembangan Kompetensi Mahasiswa. *Jurnal JIM UPB*, 7(1).