

Penyusunan Serta Pelaksanaan Strategi Promosi Melalui Media Digital Pada Umkm Nasi Kari Citra Panda Balai Karimun

Natalis Christian¹, Yusra Aulia Sari², Stivani Ayuning Suwarlan³, Heru Erlangga⁴, Veni Sisca⁵, Joicelyn Agriffina⁶, Emilya⁷, Khelly⁸

Universitas Internasional Batam

Email : natalis.christian@uib.edu¹, yusra.aulia@uib.edu², stivani.ayuning@uib.edu³, 1841103.heru@uib.edu⁴, 2041002.veni@uib.edu⁵, 2041010.joicelyn@uib.edu⁶, 2041014.emilya@uib.edu⁷, 2042011.khelly@uib.edu⁸

Abstrak

Semenjak adanya pandemi Covid-19 di Indonesia, banyak usaha bisnis yang terkena dampak negatif berupa penurunan omset penjualan, salah satunya Nasi Kari Citra Panda Balai Karimun. Untuk mendapatkan data penelitian, kami melakukan wawancara, observasi, serta diskusi dengan pemilik usaha. Dari data yang diterima, diketahui bahwa salah satu dari empat *marketing mix* yakni *promotion* belum terpenuhi. Untuk membantu mengatasi permasalahan ini, kami melaksanakan penelitian dengan tema strategi promosi melalui media digital. Tujuan yang ingin kami capai melalui kegiatan ini yakni meningkatkan promosi mitra melalui media digital. Implementasi yang kami lakukan yakni dengan menyediakan stempel, konten sosial media, serta spanduk dan *flyer* untuk mengenalkan usaha Nasi Kari Citra Panda Balai Karimun kepada masyarakat Kota Batam. Ada beberapa hal yang telah berhasil dicapai melalui kegiatan ini yakni berubahnya halaman *feeds* di instagram UMKM @nasikaripanda yang menjadi lebih menarik, masyarakat menjadi mengetahui keberadaan usaha melalui *flyer* dan konten sosial media yang dibagikan. Selain itu, usaha ini menjadi memiliki spanduk yang berisi informasi *detail* mengenai produk. Dari implementasi ini kami dapat menyimpulkan bahwa strategi promosi merupakan salah satu kunci penting dalam memajukan dan mengembangkan sebuah usaha. Setelah dinilai berhasilnya penelitian ini, kami ingin memberikan rekomendasi yakni agar penelitian selanjutnya dapat membantu usaha ini dalam mengembangkan produk. Hal ini dapat terlihat dari jumlah menu yang disediakan hanya empat macam. Oleh karena itu, kami berharap kedepannya akan ada inovasi pada produk.

Kata Kunci: Implementasi, Media Digital, Promosi, Marketing Mix, Perkembangan perubahan.

Abstract

Since the Covid-19 pandemic in Indonesia, many businesses have been negatively affected by a decrease in sales turnover, one of which is Nasi Kari Citra Panda Balai Karimun. To obtain research data, we conducted interviews, observations, and discussions with business owners. From the data received, it's known that one of the four marketing mixes, promotion, hasn't been fulfilled. To help overcome this problem, we researched the theme of promotion strategy through digital media. The goal we want to achieve is to increase partner promotions through digital media. Our implementation is by providing stamps, social media content, banners, and flyers to introduce the Nasi Kari Citra Panda Balai Karimun business to Batam people. Several things have been achieved through this activity are changing the feeds page on Instagram @nasikaripanda which becomes more attractive, public becomes aware of existence of the business through flyers and social media. In addition, this business has banner containing detail information about the products. From this implementation, we can conclude that promotion strategy is an important key in advancing and developing a business. After assessing the success of this research, we would like to provide recommendations, namely that further research can help this business in

developing products. This can be seen from the number of menus provided only four kinds. Therefore, we hope that in the future there will be innovations in the product.

Keywords: *Implementation, Digital Media, Promotion, Marketing Mix, Development of change.*

Pendahuluan

Semenjak adanya pandemi covid-19 di wilayah Indonesia, banyak sektor industri yang terkena dampak oleh wabah tersebut seperti pariwisata, manufaktur, maskapai penerbangan, UMKM, dan lain sebagainya. (glints.com 2021) Dampak tersebut berupa penurunan omset hingga sebesar 30%, kesulitan mendapatkan konsumen, kesulitan mendapatkan bahan baku, dan lainnya. Pada tanggal 19 Maret 2021, pihak Bank Indonesia menyampaikan bahwa sebanyak 87,5% UMKM Indonesia terdampak pandemi covid-19 dan dari jumlah tersebut sekitar 93,2% di antaranya terkena dampak negatif pada sisi penjualan. (Ekonomi.bisnis.com 2021) Melihat besarnya dampak negatif yang dirasakan oleh para pemilik UMKM, mendorong kami sebagai peneliti untuk memilih UMKM Nasi Kari Citra Panda Balai Karimun sebagai mitra yang dituju dalam penelitian SEPORA ini.

Tujuan yang ingin kami capai melalui penelitian ini yaitu membantu Johan dan Sanjaya Putra selaku pemilik UMKM untuk meningkatkan penjualan UMKM Nasi Kari Citra Panda Balai Karimun. Selanjutnya, kami juga ingin produk pada UMKM Nasi Kari Citra Panda Balai Karimun lebih dikenal oleh masyarakat Kota Batam. Untuk mencapai tujuan tersebut, kami ingin memanfaatkan media digital sebagai strategi promosi UMKM. Hal ini dikarenakan, sebelumnya UMKM ini belum begitu memanfaatkan media digital sebagai alat promosi usahanya.

Masalah

Setelah melalui tahap observasi dan wawancara, dapat diketahui bahwa UMKM ini masih memiliki beberapa kekurangan dalam pemasaran sehingga

produk yang dijual masih kurang dikenal oleh masyarakat luas.

Selanjutnya, UMKM ini juga belum memanfaatkan media sosial sebagai alat untuk mempromosikan produknya. Seperti yang kita ketahui, pemanfaatan media sosial dalam mengenalkan suatu produk tergolong sangat efektif dan efisien, terutama dalam masa pandemi saat ini. (Dewi 2018). Kemudian, dengan memanfaatkan sosial media tentu lebih menghemat biaya serta jangkauan promosi lebih luas. (Romdonny et al. 2018). Selain itu, dalam revolusi industri 4.0, kita tidak dapat memungkiri fakta bahwa perlahan-lahan semua sudah memasuki arah digital. Kita juga tidak dapat mengelak fakta mengenai hubungan antara manusia dan teknologi. (Rosita 2020)

Dengan adanya permasalahan di atas menyebabkan UMKM tidak banyak diketahui oleh masyarakat luar sehingga angka penjualan atau omset dalam UMKM ini tidak mengalami peningkatan. Oleh karena itu kami ingin melakukan penelitian dan pengabdian kepada masyarakat dan industri khususnya UMKM dengan cara menyusun serta melaksanakan strategi promosi melalui media digital pada UMKM Nasi Kari Citra Panda Balai Karimun.

Metode

Dalam melakukan sebuah penelitian, tentu perlu melakukan riset pengumpulan data. Ada beberapa teknik pengumpulan data yang kami gunakan sebagai berikut :

1. Observasi

Tujuan penulis melakukan observasi terhadap UMKM Nasi Kari Citra Panda Balai Karimun yaitu untuk memahami serta mengetahui lebih lanjut mengenai kesulitan yang dihadapi oleh UMKM. Selain itu, penulis juga

ingin melihat dan merasakan langsung kondisi UMKM yang kami pilih sebagai mitra dalam kegiatan penelitian ini.

2. Wawancara

Dalam melakukan pengumpulan data, penulis turut melakukan teknik wawancara kepada pemilik UMKM yakni Sanjaya Putra. Wawancara ini dilakukan untuk mengetahui secara rinci mengenai kondisi mitra dan kebutuhan yang dibutuhkan oleh mitra yang bisa penulis bantu melalui proyek SEPORA ini.

Untuk melaksanakan kegiatan penelitian SEPORA ini terdapat empat tahapan yang harus dilalui yaitu :

1. Tahap Persiapan

Dalam tahap ini, kelompok penulis melakukan survei mengenai UMKM di Kota Batam yang belum terlalu memanfaatkan media digital sebagai media untuk membantu memasarkan produknya. UMKM yang penulis tuju yakni Nasi Kari Citra Panda Balai Karimun. Setelah mendapatkan persetujuan dari pemilik UMKM, kelompok penulis melakukan bimbingan dan konsultasi dengan dosen pembimbing mengenai ketepatan antara UMKM dengan topik yang dipilih pada proyek SEPORA ini. Setelah mendapatkan persetujuan, kelompok penulis mulai melakukan wawancara singkat mengenai kondisi UMKM, serta kendala yang sedang dihadapi. Selanjutnya penulis mulai menyusun proposal untuk mendapatkan persetujuan dari pihak universitas dan pihak LPPM.

2. Tahap Pelaksanaan

Setelah mendapatkan persetujuan dari pihak-pihak terkait, maka selanjutnya kelompok penulis melakukan kunjungan langsung serta wawancara untuk mengumpulkan

data dan informasi yang lebih rinci untuk keperluan penelitian seperti, selama menjalankan usaha Nasi Kari Citra Panda Balai Karimun cara apa saja yang telah dilakukan oleh pemilik untuk memasarkan produknya?, apa saja bantuan yang diharapkan dapat terwujud melalui proyek SEPORA ini?, dan lain sebagainya.

Setelah mengidentifikasi permasalahan yang terjadi, maka selanjutnya penulis mencari solusi yang tepat untuk mengatasi permasalahan tersebut. Solusi yang ditawarkan akan dikemukakan kepada pemilik UMKM untuk dimintai pendapatnya. Solusi yang kelompok penulis berikan yakni dengan cara memasang spanduk yang berisi informasi produk dan UMKM serta penyebaran informasi produk melalui sosial media dan *flyer*. Sebagai tambahan, untuk mempermudah melakukan transaksi maupun kontrak penjualan produk kedepannya, penulis menyarankan ide untuk membuat stempel perusahaan.

Setelah mendapatkan persetujuan atas solusi yang penulis berikan, maka kelompok penulis akan mulai merancang dan mendesain *output* yakni spanduk, stempel, konten sosial media, dan *flyer*. Sebelum melakukan pencetakan terhadap *output* tersebut, penulis akan memperlihatkan terlebih dahulu kepada pemilik UMKM yakni Sanjaya Putra untuk dimintai saran dan kritikan. Apabila terdapat hal-hal yang kurang sesuai dengan keinginan maupun citra UMKM, maka penulis akan melakukan revisi sampai pemilik UMKM setuju dengan desain yang kami berikan. Kegiatan

terakhir yaitu proses pencetakan *output* serta serah terima dengan pemilik UMKM.

3. Tahap Penilaian dan Pelaporan
Setelah selesai melakukan implementasi strategi promosi melalui media digital pada UMKM Nasi Kari Citra Panda Balai Karimun, penulis akan meminta pendapat Sanjaya Putra selaku pemilik UMKM mengenai kinerja dan hasil dari solusi yang ditawarkan. Kemudian apabila semua telah dinyatakan berjalan dengan lancar, maka selanjutnya penulis akan mulai menyusun laporan akhir terkait hasil implementasi kegiatan penelitian proyek SEPORA yang dilakukan. Data dan informasi yang terlampir dalam laporan akhir ini didasari oleh hasil penelitian dan implementasi kegiatan yang dilakukan oleh penulis terhadap UMKM Nasi Kari Citra Panda Balai Karimun. Setelah laporan selesai, maka akan diserahkan kepada dosen pembimbing untuk proses penilaian.

Selanjutnya, untuk menyelesaikan permasalahan yang ada, kami menggunakan beberapa jenis metode penyelesaian seperti penyebaran informasi kepada masyarakat Kota Batam serta penyediaan bahan promosi melalui media digital yang dibutuhkan oleh UMKM. Metode penyebaran informasi kami lakukan dengan cara membagikan *flyer* kepada masyarakat Kota Batam. *Flyer* tersebut berisikan informasi detail mengenai usaha, produk, serta *contact person*. Selanjutnya mengenai penyediaan bahan promosi melalui media digital, kelompok kami menyediakan stempel untuk keperluan UMKM kedepannya, konten sosial media untuk menarik minat konsumen serta spanduk untuk membantu mengenalkan UMKM dan produknya kepada masyarakat sekitar.

Untuk membantu Sanjaya Putra selaku pemilik UMKM Nasi Kari Citra Panda Balai Karimun dalam mengatasi permasalahan-permasalahan yang ada, berikut adalah proses perancangan strategi promosi melalui media digital yang penulis lakukan :

1. Langkah pertama yaitu melakukan survei UMKM di wilayah Kota Batam yang masih belum terlalu memanfaatkan media digital sebagai strategi promosinya. Setelah melakukan tahap ini, kelompok penulis memutuskan untuk memilih UMKM Nasi Kari Citra Panda Balai Karimun sebagai mitra yang akan penulis bantu melalui proyek SEPORA. Hal ini dikarenakan UMKM ini masih belum terlalu memanfaatkan media digital seperti spanduk serta sosial media untuk memasarkan produknya.
2. Langkah kedua yaitu melakukan proses pengumpulan data terkait kondisi UMKM selama berjalannya usaha. Untuk mengumpulkan data yang valid dan aktual, penulis melakukan observasi dan wawancara langsung dengan pemilik UMKM yakni Sanjaya Putra.
3. Langkah ketiga yaitu menganalisis data serta melakukan identifikasi terhadap masalah yang dihadapi oleh mitra kami. Setelah mengetahui mengenai permasalahan tersebut, penulis akan mencari cara atau solusi untuk membantu pemilik UMKM dalam memecahkan masalah tersebut. Solusi yang kami tawarkan kepada pemilik UMKM terkait masalah ini yaitu pembuatan *flyer*, stempel, spanduk, dan konten sosial media UMKM.
4. Langkah keempat yaitu membuat gambaran desain spanduk, stempel

dan *flyer* yang cocok untuk UMKM Nasi Kari Citra Panda Balai Karimun. Sebelum melakukan pencetakan, desain akan terlebih dahulu diberikan kepada pemilik UMKM untuk diminta pendapat dan saran.

5. Langkah kelima yaitu memulai proses pencetakan spanduk, stempel dan *flyer* sesuai desain yang telah disepakati bersama dengan Sanjaya Putra selaku pemilik UMKM Nasi Kari Citra Panda Balai Karimun
6. Langkah keenam yaitu melakukan serah terima luaran yang telah dijanjikan dan disepakati pada awal pertemuan kepada pemilik UMKM Nasi Kari Citra Panda Balai Karimun. Luaran yang diberikan yakni spanduk dan stempel.
7. Langkah ketujuh yaitu melakukan kegiatan promosi dengan cara membagikan *flyer* kepada masyarakat di kota Batam. Selain itu, penulis juga akan mulai membagikan konten yang telah disiapkan sebelumnya kedalam akun sosial media UMKM.
8. Langkah kedelapan yaitu melakukan evaluasi terhadap hasil implementasi yang dilakukan. Evaluasi ini penulis dapatkan dengan cara bertanya langsung mengenai pendapat dan kepuasan pemilik UMKM terhadap bantuan yang kelompok penulis berikan melalui proyek SEPORA ini.

Proyek SEPORA ini mulai dilaksanakan dari bulan Juni hingga Juli tahun 2021. Lokasi mitra yang penulis tuju dalam kegiatan ini yaitu UMKM Nasi Kari Citra Panda Balai Karimun terletak di Penuin Centre Blok U No. 5-7, Jl. Bunga Raya, Batu Selicin, Kec. Lubuk Baja, Kota Batam, Kepulauan Riau. Berikut ini terlampir jadwal pelaksanaan proyek SEPORA pada UMKM Nasi Kari Citra Panda Balai Karimun.

No	Tanggal Pelaksanaan	Kegiatan
1	10 Juni 2021 – 12 Juni 2021	Melakukan survei UMKM Kota Batam yang belum terlalu memanfaatkan media digital sebagai alat untuk memasarkan produk
2	13 Juni 2021 - 14 Juni 2021	Melakukan wawancara dan meminta izin pemilik UMKM untuk menjadikan usahanya sebagai objek penelitian kegiatan SEPORA
3	15 Juni 2021	Melakukan bimbingan dengan dosen pembimbing dan dosen lainnya pada saat jam belajar di kelas
4	16 Juni 2021 – 20 Juni 2021	Menyusun proposal awal
5	22 Juni 2021	Mempresentasikan proposal
6	23 Juni 2021 – 26 Juni 2021	Mengumpulkan surat persetujuan mitra serta tanda tangan persetujuan dosen pembimbing, kepala program sarjana manajemen serta dekan fakultas ekonomi
7	27 Juni 2021	Mengumpulkan proposal untuk direview oleh pihak LPPM
8	27 Juni 2021 – 2 Juli 2021	Mendesain spanduk, stempel, konten sosial media serta <i>flyer</i> yang telah

		dijanjikan kepada pemilik UMKM. Hasil desain selanjutnya diperlihatkan kepada Sanjaya Putra untuk dimintai pendapatnya. Pemilik UMKM menyukai desain yang dibuat oleh kelompok penulis
9	29 Juni 2021	Mendapatkan hasil review dari LPPM dan proposal kelompok kami dinyatakan diterima
10	30 Juni 2021 – 8 Juli 2021	Pengerjaan laporan akhir
11	3 Juli 2021	Pencetakan spanduk, stempel dan <i>flyer</i>
12	7 Juli 2021	Mengunggah konten yang telah didesain ke sosial media UMKM
13	11 Juli 2021	Penyerahan spanduk, stempel dan <i>flyer</i> kepada Bapak Johan selaku pemilik UMKM
14	11 Juli 2021	Melakukan evaluasi dari hasil implementasi kegiatan SEPORA kepada pemilik UMKM
15	20 Juli 2021	Pengerjaan artikel
16		Mengumpulkan laporan akhir dan artikel

Pembahasan

Dalam melakukan implementasi kegiatan pada proyek SEPORA ini, ada tiga dari lima orang anggota yang terlibat

langsung ke lokasi untuk melakukan implementasi yakni Joicelyn Agriffina, Emilya dan Khelly. Sedangkan dua anggota lainnya yakni Veni Sisca dan Heru Erlangga tidak bisa menghadiri langsung lokasi penelitian dikarenakan sedang tidak berada di Kota Batam. Kegiatan implementasi dilakukan langsung di lokasi UMKM yakni di Penuin Centre Blok U No. 5-7, Jl. Bunga Raya, Batu Selicin, Kec. Lubuk Baja, Kota Batam, Kepulauan Riau, pada tanggal 11 Juli 2021.

Sebelum melakukan implementasi luaran, kami melakukan perancangan luaran kegiatan terlebih dahulu. Fokus utama dalam penelitian yang kami lakukan yaitu pemanfaatan media digital. Hal ini dikarenakan masih kurangnya media digital yang digunakan untuk mempromosikan produk di sekitar lokasi usaha. Luaran yang kami berikan kepada mitra yakni berupa spanduk, stempel, *flyer*, dan konten sosial media. Sebelum menyerahkan *output* kepada pemilik UMKM, kami merancang terlebih dahulu *design* dari spanduk, stempel, *flyer*, dan konten sosial media agar terlihat lebih cocok untuk dipadukan dengan UMKM Nasi Kari Citra Panda Balai Karimun.

a. Spanduk

Untuk merancang spanduk, kami menggunakan aplikasi *editing* yakni *photoshop*. Melalui aplikasi tersebut kami mendesain spanduk yang berukuran 3m x 1m tersebut. Kami memilih warna merah sebagai warna latar spanduk dan warna putih sebagai warna *font*. Kemudian kami menyertakan informasi produk, nomor kontak, jam buka, dan lokasi UMKM pada spanduk tersebut. Spanduk ini kami desain agar dapat diletakkan di depan ruko UMKM. Hal ini bertujuan agar dapat mempermudah masyarakat Kota Batam untuk mengetahui UMKM Nasi Kari Citra Panda Balai Karimun.



Gambar 1. Desain Spanduk UMKM Nasi Kari Citra Panda Balai Karimun (*layout spanduknya?*)

s

b. Stempel

Sebelum memulai proses untuk mendesain stempel, kami melakukan wawancara terlebih dahulu kepada Sanjaya Putra selaku pemilik UMKM mengenai logo yang diinginkan untuk menjadi bagian dari desain stempel. Berdasarkan hasil wawancara kami dengan Sanjaya Putra, kami memutuskan untuk menjadikan gambar animasi panda sebagai simbol UMKM. Hal ini dianggap relevan dengan nama UMKM yakni Nasi Kari Citra Panda Balai Karimun. Untuk mendesain stempel, kami menggunakan aplikasi *pixellab*. Desain yang kami buat sangat sederhana yakni kami hanya menyertakan nama UMKM dan logo panda. Stempel yang akan kami serahkan berbentuk lingkaran dengan diameter 3cm.



Gambar 2. Desain Stempel UMKM Nasi Kari Citra Panda Balai Karimun

c. Flyer

Kami menggunakan aplikasi *canva* sebagai media untuk mendesain flyer. Informasi yang kami terakan dalam flyer yakni informasi makanan yang disediakan oleh UMKM, detail kontak, alamat serta jam operasional UMKM Nasi Kari Citra Panda Balai Karimun. Flyer yang kami rancang, akan dicetak dalam ukuran dan jumlah yang

berbeda yakni ukuran 30cm x 42cm sebanyak satu lembar dan 20.5cm x 14.4cm sebanyak 120 lembar. Untuk flyer yang berukuran 30cm x 42cm akan kami tempelkan pada UMKM, sedangkan yang berukuran 20.5cm x 14.4cm akan dibagikan kepada masyarakat Kota Batam yang berkunjung ke UMKM Nasi Kari Citra Panda Balai Karimun. Namun dikarenakan Kota Batam sedang dalam tahap PPKM level 4, kami sebagai peneliti melakukan perubahan cara penyebaran flyer. Flyer kami serahkan kepada pemilik UMKM untuk kedepannya dapat disebar kepada konsumen ataupun masyarakat di sekitar. Dalam pemilihan kertas pembuatan flyer, kami memilih untuk menggunakan kertas *glossy*. Hal ini dikarenakan kertas tersebut memiliki ketebalan yang cocok untuk dijadikan sebagai bahan kertas flyer. Selain itu kertas *glossy* juga memiliki permukaan yang licin sehingga mampu menciptakan cetakan yang berkilau.

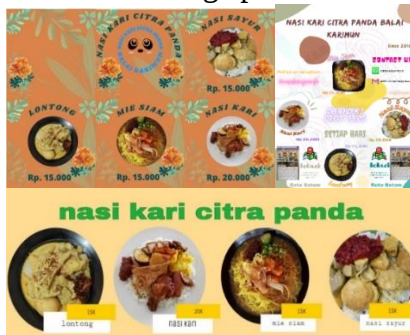


Gambar 3. Desain Flyer UMKM Nasi Kari Citra Panda Balai Karimun

d. Konten Sosial Media

Untuk dapat menarik perhatian konsumen maupun masyarakat Kota Batam, kami memiliki ide untuk membuat konten sosial media di instagram milik UMKM Nasi Kari Citra Panda Balai Karimun yakni @nasikaripanda. Konten yang kami rancang yakni berupa postingan foto di feeds dengan tema *horizontal lines*. Tema ini kami gunakan karena

menurut kami tema tersebut lebih menarik dan sering digunakan oleh berbagai UMKM lainnya dalam akun sosial media bisnis mereka. Dengan menerapkan tema ini, pengguna yang mengakses halaman sosial media @nasikaripanda tidak perlu membuka postingan satu per satu, melainkan mereka dapat langsung melihat postingan yang dibagikan. Dalam mendesain konten sosial media instagram @nasikaripanda, kami menggunakan aplikasi *canva* sebagai aplikasi *editing*. Informasi yang kami sertakan dalam postingan instagram @nasikaripanda yakni alamat, detail kontak, jam operasional serta nama dan harga produk.

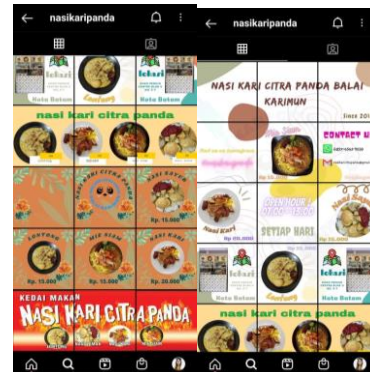


Gambar 4. Konten Sosial Media UMKM Nasi Kari Citra Panda Balai Karimun

Setelah luaran selesai melalui tahap perancangan, tahap selanjutnya yaitu tahap implementasi. Sebelum kami memulai proses pencetakan, kami melakukan evaluasi terlebih dahulu kepada Sanjaya Putra selaku pemilik UMKM. Kami mengirimkan hasil desain *output* yang telah kami rancang, kemudian kami meminta pendapat serta saran terhadap desain yang kami buat. Setelah mendapatkan persetujuan dari mitra UMKM, selanjutnya pada tanggal 3 Juli 2021 kami memulai proses pencetakan luaran yakni spanduk, *flyer* dan stempel. Usaha pencetakan yang kami gunakan yakni jasa dari @bahterabatam. Usaha ini terletak di

Kota Batam, sehingga untuk proses pengiriman barang menjadi lebih mudah dilakukan.

Pada tanggal 5 Juli 2021, luaran telah selesai dicetak sesuai dengan desain yang diberikan. Kami mulai melakukan implementasi luaran pada tanggal 7 Juli 2021 dengan cara mengunggah postingan berupa foto yang kami desain untuk dijadikan sebagai konten di *feeds* instagram @nasikaripanda. Kemudian pada hari minggu tanggal 11 Juli 2021 kami mengunjungi UMKM Nasi Kari Citra Panda Balai Karimun untuk melakukan proses penyerahan luaran yang telah selesai dirancang dan dicetak seperti spanduk, *flyer* dan stempel. Setelah melakukan penyerahan luaran, pemilik UMKM yakni Bapak Johan langsung menggantung spanduk tersebut di depan ruko UMKM. Sebelum mengakhiri sesi penyerahan, kami melakukan dokumentasi berupa foto dan video.



Gambar 5. Postingan di Instagram @nasikaripanda



Gambar 6. Hasil Luaran yang Telah Selesai Dicetak



Gambar 7. Penyerahan Luaran Serta Implementasi Kegiatan Oleh Bapak Johan selaku Pemilik UMKM Nasi Kari Citra Panda Balai Karimun

Meskipun luaran yang dirancang telah diserahkan kepada pemilik UMKM, kami menemukan adanya keunggulan dan kelemahan dari luaran tersebut. Keunggulan dari luaran yang diberikan yakni luaran umumnya memanfaatkan media digital sehingga peluang masyarakat Kota Batam di sekitar lokasi usaha untuk mengetahui keberadaan usaha Nasi Kari Citra Panda Balai Karimun menjadi lebih besar dibandingkan promosi dari mulut ke mulut. Selain itu, penyebaran informasi menjadi lebih cepat dan efektif. Kemudian, dengan adanya pemanfaatan media digital dapat mempermudah untuk melakukan evaluasi.

Selain keunggulan, kelemahan juga turut ditemukan yakni tidak terjangkanya masyarakat Kota Batam yang berada jauh dari lokasi usaha. Hal ini dikarenakan penyebaran *flyer* yang dilakukan hanya di sekitar lokasi usaha. Selain itu, media sosial UMKM masih memerlukan bantuan ekstra untuk dapat menjangkau masyarakat Kota Batam di luar lokasi usaha.

Dalam melaksanakan kegiatan penelitian ini, kami sebagai penulis menemukan beberapa kesulitan selama proses penelitian berlangsung. Berikut adalah beberapa kesulitan yang dialami :

1. Menentukan Ulang Objek Penelitian pada Kegiatan yang Dilakukan.

Dalam melaksanakan kegiatan ini, kesulitan pertama yang dialami yaitu pada saat

mencari dan menentukan mitra yang akan dituju sebagai objek penelitian. Dikarenakan pada masa pandemi cukup sulit untuk berinteraksi dan berkomunikasi secara langsung terhadap masyarakat, maka kelompok penulis hanya bisa menjangkau mitra yang berada di sekitar tempat tinggal penulis. Setelah mendapatkan target yakni UMKM Mie Ayam Bu Dhe serta telah melakukan proses wawancara, ternyata beberapa hari kemudian kelompok penulis dikabari bahwasanya penelitian dengan pihak bersangkutan tidak dapat dilanjutkan, karena mereka akan tutup dan pindah lokasi.

Tentu hal ini membuat kelompok penulis menjadi kesulitan untuk melanjutkan penelitian ini dan harus mencari UMKM lain yang sesuai untuk dijadikan objek penelitian. Meskipun kejadian ini merupakan kendala awal yang dialami ketika proses penelitian berlangsung, namun hal tersebut telah berhasil teratasi dengan baik dan kelompok penulis sudah mendapat UMKM Nasi Kari Citra Panda Balai Karimun sebagai objek penelitian yang baru.

2. Terbatasnya Situasi Keadaan Untuk Melakukan Promosi Melalui Penyebaran *Flyer*

Kesulitan berikutnya adalah pada saat melakukan promosi dengan melakukan penyebaran *flyer*. Seperti yang kita ketahui, sekarang situasi keadaan pandemi di Kota Batam sedang tidak baik. Selain itu, Kota Batam juga sedang menerapkan PPKM atau Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat level 4. Dengan demikian, kelompok penulis mengalami kesulitan dalam

hal menyebarkan *flyer* secara langsung. Untuk mengatasi kesulitan ini, kelompok penulis memutuskan untuk menyebarkan *flyer* hanya kepada pelanggan dan masyarakat di sekitar lokasi usaha.

3. Susahnya Berinteraksi Secara Langsung Kepada Calon Pelanggan.

Kesulitan lainnya yang terjadi adalah pada saat kelompok penulis melakukan penyebaran *flyer*. Dalam hal ini cukup sulit untuk menjelaskan secara langsung kepada masyarakat sekitar mengenai UMKM atau isi dari *flyer* tersebut karena tentunya kelompok penulis harus tetap menjaga jarak terhadap sesama untuk mencegah terjadinya penyebaran virus serta mematuhi protokol kesehatan. Walaupun kesulitan, namun dalam *flyer* tersebut sudah kami lengkapi dengan informasi lengkap mengenai UMKM Nasi Kari Citra Panda Balai Karimun.

Simpulan

Selama menjalankan kegiatan proyek SEPORA dengan judul “Penyusunan serta Pelaksanaan Strategi Promosi Melalui Media Digital Pada UMKM Nasi Kari Citra Panda Balai Karimun”, dapat kami ketahui bahwa dalam menjalankan sebuah usaha sangat penting untuk memiliki sebuah strategi promosi. Dengan adanya strategi promosi, tentu akan membantu memperluas target pasar UMKM. Strategi promosi dapat dilakukan melalui berbagai cara, salah satunya yaitu melalui media digital. Zaman sekarang pemanfaatan media digital atau media *online* sangat berguna untuk membantu para pengusaha dalam mengenalkan produknya.

Setelah melalui proses pengerjaan kata pengantar hingga hasil dan luaran yang dicapai, dapat kami simpulkan bahwa UMKM Nasi Kari Citra Panda Balai

Karimun memiliki kekurangan dalam hal pemasaran melalui media digital. Oleh karena itu, kami membantu UMKM dengan cara merancang dan mendesain spanduk, stempel, *flyer*, dan konten sosial media instagram untuk mengatasi kekurangan tersebut. Dari pengimplementasian kegiatan ini, didapatkan hasil bahwa UMKM merasa sangat terbantu dengan adanya promosi melalui media digital. Selain itu, mereka juga turut merasakan bahwa melalui kegiatan ini, usaha Nasi Kari Citra Panda Balai Karimun menjadi lebih terlihat dikarenakan adanya spanduk besar yang tergantung di depan UMKM.

Rekomendasi yang dapat kami berikan untuk penelitian berikutnya terhadap UMKM Nasi Kari Citra Panda Balai Karimun yakni mengenai pengembangan produk. Berdasarkan hasil analisis kami terkait strategi pemasaran 4P yakni *product*, *price*, *place*, dan *promotion* yang dilakukan oleh pihak UMKM, dapat diketahui bahwa variabel produk merupakan variabel yang belum dikembangkan dengan baik dibandingkan tiga variabel lainnya. Hal ini dapat terlihat dari jumlah menu yang disediakan hanya 4 menu makanan yaitu nasi kari, nasi sayur, lontong, dan mie siam. Oleh karena itu, kami ingin menyarankan agar penelitian berikutnya dapat mengangkat topik ini sebagai subjek penelitian berikutnya terhadap UMKM Nasi Kari Citra Panda Balai Karimun. Diharapkan dengan adanya penelitian berikutnya dapat menciptakan inovasi pada menu makanan. Inovasi tersebut dapat dilakukan dengan cara melakukan survei terlebih dahulu terkait makanan yang tidak tersedia di sekitar lokasi usaha. Dengan adanya penambahan menu, diharapkan dapat membantu meningkatkan penjualan serta mendapatkan konsumen baru.

Untuk mengapresiasi keberhasilan dan kesuksesan proyek ini, penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat Bapak Dr. Natalis Christian, S.E., M.M selaku

dosen pembimbing kelompok penulis, Ibu Yusra Aulia Sari, S.T., M.URP selaku Co-Pembimbing 1, Ibu Stivani Ayuning Suwarian, S.T., M.M. selaku Co-Pembimbing 2, Ibu Dr. Oda Ignatius Besar Hariyanto dan Bapak Muhammad Ardiansyah, S.Kom., M.M. selaku dosen dalam mata kuliah kewarganegaraan yang telah meluangkan waktu untuk mendidik serta memberikan bimbingan, saran dan masukan selama perancangan hingga pengimplementasian proyek ini kepada kelompok penulis. Selain itu, penulis juga ingin mengungkapkan rasa terima kasih kepada Bapak Sanjaya Putra selaku pemilik UMKM yang telah bersedia untuk dibantu melalui proyek SEPORA ini serta meluangkan waktu untuk melayani kunjungan serta wawancara terkait informasi mengenai kondisi UMKM.

Covid-19 Terhadap Umkm Di Indonesia.” *Jurnal Lentera Bisnis* 9(2):109.

Saintif.com. n.d. Pengertian Observasi (Lengkap): Arti, Ciri-Ciri Dan Jenisnya.

Daftar Pustaka

Dewi, Rahmawati. 2018. “Efektivitas Media Sosial Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran.” *Fakultas Ekonomi* 35–36.

Ekonomi.bisnis.com. 2021. Survei BI : 87,5 Persen UMKM Indonesia Terdampak Pandemi Covid-19.

glints.com. 2021. 4 Industri Yang Tergolong Cukup Parah Akibat Virus Corona.

Ragam Bola.com. 2020. Pengertian Dan Jenis-Jenis Wawancara Yang Perlu Diketahui - Ragam Bola.Com.

Romdonny, Jefry, Maskarto Lucky, Nara Rosmadi Stie, Stimy Majalengka, Stie Kridatama, Bandung Kh Jl, Halim Abdul, and Jl Majalengka. 2018. “Peran Media Sosial Dalam Mendukung Pemasaran Produk Organisasi Bisnis.” *Ikra-Ith Ekonomika* 1(2):25–30.

Rosita, Rahmi. 2020. “Pengaruh Pandemi