

Perancangan Program Promotion Mix pada UMKM Kedai Kelontong

Wisnu Yuwono¹, Tresia Putri²

^{1,2}Universitas Internasional Batam

¹wisnu@uib.ac.id, ²1741269_Tresia@uib.edu

Abstrak

Tujuan dari program ini adalah merancang sistem *promotion mix* pada Kedai Kelontong Kong Ye yang beralamat di Jalan Sudirman, Hutan Ayu, Pulau Rupta, Riau, melalui sosial media, agar peningkatan jumlah konsumen dan memperluas pelanggan, meningkatkan pendapatan dan bisa memberikan kesempatan kepada pelanggan untuk bisa memesan suatu produk menggunakan sosia media. Metode yang digunakan didalam kegiatan ini adalah metode observasi langsung dan wawancara, perancangan sistem dan implementasinya dan evaluasi. Program pengabdian masyarakat ini berlangsung di bulan Agustus 2020-Januari 2021. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa adanya sosial media dan *promotion mix* yang dilakukan dapat membantu meningkatkan penjualan, meningkatkan pemasaran kepada masyarakat secara lebih luas lagi, mempermudah pelanggan dalam berbelanja dan menghemat waktu bagi pelanggan.

Kata Kunci : Bauran Promosi, Sosial Media, Periklanan, Pemasaran Langsung, E-Katalog.

Abstract

The purpose of this program is to design a system *promotion mix* at the Kong Ye Grocery Store, which is located at Jalan Sudirman, Hutan Ayu, Pulau Rupta, Riau, through social media, so that consumers increase the number of consumers and expand customers, increase revenue and provide opportunities for customers to be order a product using social media. The methods used in this activity are direct observation and interviews, system design and implementation and evaluation. This community service program will take place in August 2020-January 2021. The results of the activity show that the existence of social media and the *promotion mix* carried out can help increase sales, increase marketing to the wider community, make it easier for customers to shop and save time for customers.

Keywords: *Promotion Mix, Sosial Media, Advertising, Direct Marketing, E-Catalog.*

Pendahuluan

Dilihat dari keadaan di Indonesia sekarang, Covid-19 semakin meningkat semenjak dari bulan maret 2020. Mengikuti dari protokol kesehatan yang telah diterapkan pemerintah Indonesia, sebagai masyarakat kita dianjurkan untuk memakai masker, menghindari keramaian dan menjaga jarak, serta menjaga kebersihan diri. Didalam situasi seperti ini masyarakat pun harus berjaga jaga dalam bepergian seperti membeli kebutuhan ekonomi di supermarket atau pun toko kelontong.

Kedai kelontong yang ada didesa sangat membantu kebutuhan masyarakat desa Hutan Ayu. Jika sembako yang ada dirumah sudah habis bisa langsung membeli ke toko kelontongnya, tanpa harus pergi kedesa sebelah yang jaraknya sangat memakan waktu ataupun pergi ke kota Dumai yang memakan banyak biaya dan waktu. Dikarenakan dengan adanya keadaan sekarang yaitu Covid-19 tentu akan membuat masyarakat lebih banyak dirumah aja untuk menghindari keramaian. Pemilik usaha dari “Kedai Kelontong Kong Ye” ingin mempermudah masyarakat dalam belanja bahan kebutuhan sehari-hari tanpa harus datang ke toko dan juga untuk meningkatkan penjualan disetiap bulannya. Akan tetapi pemilik toko mengakui masih kurang akan pengetahuan serta pemanfaatan social media untuk melakukan *promotion mix* produknya yang menyebabkan keinginannya menjadi terhambat.

Sampai sejauh ini belum ada upaya yang dilakukan oleh pihak lain terhadap Kedai kelontong Kong Ye. Hal ini dikarenakan diwaktu toko masih menjadi tanggung jawab Kakek Leman, beliau tidak mengerti banyak hal tentang sosial media dan pemasaran bagi tokonya.

Dalam pelaksanaan proyek ini memiliki tujuan untuk memperluas sistem promosi melalui social media dan membantu mengenalkan pengelolaan social media kepada pemilik usaha. Selain itu juga untuk mempermudah prasarana dalam pembelian sembako mengingat Covid-19 semakin gawat dan wajib *social distancing* maka pemilik toko juga memberikan free pengantaran kepada pelanggan jika mencapai minimal Rp. 150.000,- pembelanjaan. Melalui adanya social media yang akan diterapkan mempermudah pelanggan dalam memilih produk melalui *E-catalog*. Serta pembuatan banner di toko yang menjadi sarana *promotion mix*.

Aktifitas kegiatan operasional toko dimulai dari pukul 07:00 WIB sampai dengan pukul 20:00 WIB dari hari senin sampai dengan hari minggu. Pemilik usaha dari “Kedai Kelontong Kong Ye” ingin mempermudah masyarakat dalam belanja bahan kebutuhan sehari-hari tanpa harus datang ke toko dan juga untuk meningkatkan penjualan disetiap bulannya. Akan tetapi pemilik toko mengakui masih kurang akan pengetahuan serta pemanfaatan social media

menyebabkan keinginannya menjadi terhambat.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka laporan pengabdian kepada masyarakat ini akan menganalisis permasalahan *promotion mix* pada UMKM tersebut.

Masalah

Kondisi Kedai Kelontong Kong Ye untuk dimasa sekarang adalah melakukan proses penjualan menggunakan sistem bertatap muka antara pelanggan dan karyawan. Media promosi yang dilakukan menggunakan *word of mouth* oleh pemilik dan karyawan yang bertujuan untuk mengembangkan usahanya sehingga tingkat penjualan tidak meningkat dan menggunakan spanduk toko yang sudah terpasang didepan. Oleh sebab itu, peneliti hendak merencanakan dan mengimplementasikan sistem *promotion mix* di lokasi pengabdian masyarakat Kedai Kelontong Kong Ye.

Kedai Kelontong Kong Ye sama sekali belum memiliki sosial media untuk melakukan promosi produknya di khalayak umum. Sehingga untuk melihat dan membeli suatu produk, pelanggan harus datang langsung ke alamat toko. Di masa pandemi seperti ini semua orang menghindari berkumpul dan beraktifitas diluar, sebisa mungkin semua aktifitas dilakukan dari rumah. Ini yang menyebabkan pendapatan Kedai Kelontong Kong Ye mengalami penurunan karena kurangnya pelanggan yang datang berbelanja secara langsung ke tokonya.

Metode

1. Teknik Pengumpulan Data

Melakukan pengumpulan data untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan penelitian. Ada berbagai metode pengumpulan data dapat digunakan dalam penelitian, maka dari itu teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian program proyek ini ada 2 yaitu wawancara dan observasi.

a. Wawancara

Wawancara merupakan cara mengumpulkan data secara lisan untuk mendapatkan informasi langsung dari sumbernya. Wawancara digunakan ketika peneliti ingin memahami lebih dalam suatu permasalahan, jika jumlah responden sedikit, wawancara dapat dilakukan (Nurdin, 2019). Wawancara merupakan salah satu metode pengumpulan data yang sangat penting, karena disini anda akan mendapatkan informasi yang lengkap dari narasumber. Berikut beberapa pertanyaan wawancara yang diberikan penulis kepada pemilik usaha Kedai Kelontong Kong Ye :

- a. Jumlah karyawan yang dimiliki oleh Kedai Kelontong Kong Ye?
- b. Sistem penjualan yang diterapkan Kedai Kelontong Kong Ye?
- c. Omset rata-rata perbulannya dari Kedai Kelontong Kong Ye?
- d. Strategi promosi seperti apa yang digunakan oleh Kedai Kelontong Kong Ye?

- e. Masalah dan kendala apa yang dihadapi oleh Kedai Kelontong Kong Ye?
- b. Observasi

Menurut Tersiana (2018) observasi merupakan proses mengamati dan mengamati perilaku secara menyeluruh dalam kondisi tertentu. observasi juga merupakan pengamatan langsung terhadap objek yang akan diteliti yang dapat diselesaikan dalam jangka waktu tertentu. Dalam hal ini observasi bertujuan untuk memperoleh pemahaman yang akurat tentang objek penelitian. Penulis mengumpulkan data dengan cara observasi langsung di Kedai Kelontong Kong Ye untuk mengetahui aktivitas apa saja yang dilakukan dan menganalisis akan adanya kekurangan yang dihadapi oleh toko tersebut.

2. Metode Pelaksanaan

- a. Tahap Persiapan

Tahapan persiapan dimulai dari awal September 2020 diawali dengan melakukan survey ditempat lokasi pengabdian masyarakat ini yang ada di Hutan Ayu, Rupal sebagai tempat pelaksanaan lokasi pengabdian masyarakat. Kemudian penulis melakukan wawancara langsung kepada pemilik usaha untuk mendapatkan informasi yang lebih mendalam dan akurat guna untuk melakukan penelitian. Setelah lokasi untuk pengabdian masyarakat ditemukan, penulis meminta izin pada pemilik usaha untuk melaksanakan proyek di tempatnya serta kesanggupan pemilik untuk

kelancaran proses penelitian. Kemudian penulis akan membuat proposal pengabdian masyarakat dan mengajukan kepada dosen pembimbing dan ketua prodi manajemen untuk mendapatkan persetujuan.

- b. Tahap Pelaksanaan

Pada tahap ini, pelaksana melakukan perancangan luaran yaitu sebagai berikut :

i. Advertising

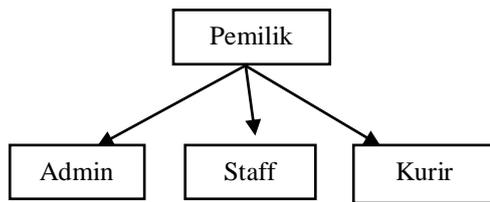
Periklanan merupakan salah satu alat yang umum dan sering digunakan perusahaan untuk memasarkan produknya. Iklan dapat mempengaruhi secara langsung pola pikir dari pelanggan agar melakukan pembelian dan iklan juga berguna untuk mengenalkan barang atau produk perusahaan kepada masyarakat luas. dalam kegiatan pengabdian masyarakat rancangan *promotion mix* pertama adalah memberikan iklan berupa *banner* yang akan di promosikan di toko.

ii. Direct Marketing

iii. *Direct and database marketing* adalah kegiatan yang dilakukan perusahaan menggunakan strategi komunikasi langsung dari berbagai alat media dengan tujuan untuk mendorong respon dari pihak konsumen. Untuk rancangan *promotion mix* kedua adalah melalui media sosial *facebook* digunakan untuk menjangkau masyarakat lebih luas lagi serta memberikan informasi

mengenai tentang Kedai Kelontong Kong Ye dengan membuat *e-catalogue* agar masyarakat yang ingin berbelanja online bisa melihat daftar katalog produk toko tersebut.

Pada program ini, peneliti juga memiliki tahapan perancangan dalam melakukan program ini dengan sebagai berikut:



1. Melakukan observasi pada Kedai Kelontong Kong Ye.
2. Melakukan pengumpulan data dengan melakukan metode observasi dan wawancara pada pemilik Kedai Kelontong Kong Ye.
3. Mengidentifikasi masalah yang terjadi pada Kedai Kelontong Kong Ye.
4. Merancang sistem promosi yang akan digunakan yaitu sistem *promotion mix* yang memiliki tujuan untuk menyelesaikan permasalahan yang terjadi pada Kedai Kelontong Kong Ye.
5. Memberikan solusi yang sesuai dengan rancangan sistem *promotion mix* yang digunakan.
6. Melakukan implementasi sistem *promotion mix* yang telah dirancang untuk

Kedai Kelontong Kong Ye.

7. Melakukan evaluasi dari solusi yang telah diberikan apakah bisa membantu Kedai Kelontong Kong Ye dalam menyelesaikan masalahnya. Apabila belum berhasil akan dilakukan observasi ulang dan apabila sudah berhasil maka akan dilakukan tahap selanjutnya yaitu memberikan kesimpulan dan saran agar kedepannya Kedai Kelontong Kong Ye bisa berkembang dengan lebih baik.

Pembahasan

Pada Pelaksanaan program ini, penulis menerapkan *promotion mix* dengan lebih jelas sebagai berikut :

1. Membuat akun facebook bisa dipasarkan kepada masyarakat yang lebih luas lagi.



Gambar 1 : Akun Facebook Kedai Kelontong Kong Ye, Sumber : Penullis (2020)

2. Membuat *whatsapp* akun *bisnis* memasarkan produk dari toko tersebut melalui media online dengan memasukkan beberapa katalog foto produk agar calon pelanggan yang ingin

berbelanja lewat online bisa memilih barang yang ingin di beli.



Gambar 2 : *Whatsapp business* Kedai Kelontong Kong Ye
Sumber : Penullis (2020)

3. Pembuatan banner toko yang berisikan *social media* toko, alamatnya, nomor telepon, dan beberapa gambar produk dari toko tersebut akan diletakkan disekitar depan toko guna untuk menarik pelanggan untuk datang berbelanja.



Gambar 3 : Banner Kedai Kelontong Kong Ye, Sumber : Penulis (2020)

4. Pembuatan *e-catalogue* dibuat guna untuk mempermudah pelanggan dalam memilih produk apa saja yang diinginkan dan beserta keterangan harganya sehingga tentunya akan menghemat waktu.





Gambar 3 : Model perancangan *e-catalogue*, Sumber: Penulis (2020)

5. Pembuatan Logo



Gambar 5 : Design Logo Kedai Kelontong Kong Ye, Sumber : Penulis (2020)

6. Melakukan promosi melalui social media



Gambar 6 : Promosi Melalui Social Media, Sumber Penulis (2020)

7. Keunggulan dari hasil program pengabdian masyarakat ini yaitu :
- Dengan adanya dibuat *social media* untuk toko tersebut, akan menambah pelanggan secara lebih luas lagi dari sebelumnya.
 - Dengan adanya pembuatan *banner* yang telah dilakukan dan dipasang, masyarakat semakin lebih mengenal tentang toko tersebut dan tertarik untuk datang berbelanja.
 - Adanya peningkatan hasil penjualan serta jumlah pelanggan yang berkunjung dan berbelanja di toko tersebut.

Simpulan

Kesimpulan yang bisa dirangkum dari laporan pengabdian masyarakat ini adalah sebagai berikut :

- Dengan adanya dibuat *social media* untuk toko tersebut, akan menambah pelanggan secara lebih luas lagi dari sebelumnya.
- Dengan adanya pembuatan *banner* yang telah dilakukan dan dipasang, masyarakat semakin lebih mengenal tentang toko tersebut dan tertarik untuk datang berbelanja.
- Adanya peningkatan hasil penjualan serta jumlah pelanggan yang berkunjung dan berbelanja di toko tersebut.

Saran dan masukan yang dapat diberikan kepada pemilik Kedai Kelontong Kong Ye adalah sebagai berikut :

- Dengan dibuatnya akun *social media* untuk toko, penjualan bisa terus menerus di promosikan dan menambah omset penjualan.
- E-catalog* promosi bisa dikembangkan lagi dengan lengkap agar pelanggan semakin tertarik dan proses penjualan semakin praktis.
- Memanfaatkan teknologi internet untuk mempromosikan produk-produk dari toko agar menarik pelanggan lebih banyak lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- Nurdin, I., Hartati, S. (2019) *Metode Penelitian Sosial*. Surabaya: Penerbit Media Sahabat Cendekia. Available at: <https://books.google.co.id/books?id=tretDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=pengertian+wawancara+menurut+para+ahli&hl=id&sa=X&ved=2ahUKEwiI1r2dipTuAhXmFLcAHW4RDVgQ6AEwAXoECAMQA#v=onepage&q&f=false>.
- Tersiana, A. (2018) *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Yogyakarta.