



Mengembangkan Strategi Promosi dan *Brand Image* Pada UMKM Kristin Florist

Rizni Aulia Qadri¹, Ana²

^{1,2} Universitas Internasional Batam

Email: rizni@uib.ac.id¹, 2041020.ana@uib.edu²

INFO ARTIKEL

Kata kunci:

Kristin Florist,
promosi,
pelanggan

ABSTRAK

Perkembangan zaman pada kehidupan selalu menimbulkan ide-ide baru yang memenuhi kebutuhan dan gaya hidup konsumen, salah satunya yaitu dalam hal pemberian hadiah sebagai rasa ritual. Semakin berkembangnya zaman, permintaan dari masyarakat semakin beragam jenisnya sehingga akan memicu para penjual buket bunga untuk lebih kreatif dan berinovasi dalam merangkai bunga. Di kota Batam, jumlah UMKM yang bergerak di bidang *florist* cukup banyak, namun sebagian pengusaha UMKM masih belum cukup mengerti bahwa pentingnya strategi promosi dan *brand image* pada UMKM. Salah satu UMKM tersebut adalah Kristin Florist. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PkM) ini dilaksanakan dengan tujuan menarik lebih banyak pelanggan lagi. Penulis juga berharap dapat meningkatkan target penjualan dari hasil penjualan sebelumnya. Strategi pemasaran yang digunakan adalah dengan membuat iklan promosi dengan cara menyusun foto produk dengan rapi dan unik, serta membuat video produk yang kreatif yang dapat menarik perhatian konsumen. Hasil yang diperoleh adalah Kristin Florist banyak dibeli oleh pelanggan baru, sehingga membuat penjualan menjadi meningkat.

ARTICLE INFO

ABSTRACT

Keywords:

Kristin Florist, promotion, customer

The development of the times in life always gives rise to new ideas that meet the needs and lifestyles of consumers, one of which is in terms of giving gifts as a sense of ritual. As time goes by, demand from the public is increasingly diverse, which will trigger flower bouquet sellers to be more creative and innovate in flower arranging. In the city of Batam, there are quite a lot of MSMEs operating in the florist sector, but some MSME entrepreneurs still don't quite understand the importance of promotional strategies and brand image for MSMEs. One of these MSMEs is Kristin Florist. This community service (PkM) activity is carried out with the aim of attracting more customers and the author also hopes to increase sales targets from previous sales results. The marketing strategy used is to create promotional advertisements by arranging product photos neatly and uniquely, creating creative product videos that can attract consumers' attention. The results obtained were that Kristin Florist was purchased by many new customers, thereby increasing sales.

1. Pendahuluan

Menurut (Vanya Karunia Mulia Putri, 2023) strategi pemasaran memiliki pengaruh yang besar dalam mengkomunikasikan informasi tentang produk kepada konsumen, berdasarkan nilai, fitur, dan banyak informasi rinci tentang produk. Tanpa strategi pemasaran yang efektif dan terencana, maka akan sulit untuk mencapai hasil pemasaran yang terbaik.

Didalam dunia bisnis, perusahaan ataupun UMKM pastinya akan menghadapi peluang dan hambatan yang harus ditanggapi sebagai contoh peningkatan ataupun penurunan omzet penjualan, dimana pemilik UMKM harus dapat mengatasi masalah yang muncul dan mencari solusi yang terbaik. Omzet penjualan pastinya tidak akan naik secara terus-menerus dan pastinya omzet penjualan akan mengalami penurunan, dimana jika UMKM tersebut tidak memiliki strategi pemasaran yang efektif dan juga membangun *brand image* yang kuat.

Untuk menerapkan strategi promosi yang efektif dan membangun *brand image* yang kuat, pemilik dapat menentukan target pasar yang mana mengetahui kalangan yang akan menjadi target pasar. Strategi ini digunakan untuk mengetahui keadaan pasar dan calon target, menggunakan pemasaran konvensional dengan metode *word of mouth*, dan melakukan strategi *digital marketing* yang dapat digunakan untuk meningkatkan popularitas suatu bisnis.

Perkembangan zaman pada kehidupan selalu menimbulkan ide-ide baru yang memenuhi kebutuhan dan gaya hidup konsumen, salah satunya yaitu dalam hal pemberian hadiah sebagai rasa ritual. Hadiah merupakan sebuah apresiasi bagi seseorang ataupun diri sendiri karena hadiah akan membuat seseorang yang menerimanya merasa dihargai, dipedulikan dan membangun motivasi (Rizky Melinda Sari, 2023). Banyak pilihan jenis-jenis hadiah yang ditawarkan pada zaman sekarang, dimulai dari pakaian, makanan, buket bunga dan lain sebagainya (Jethro Jiang, 2022).

Buket bunga adalah kumpulan bunga dalam pengaturan kreatif. Bunga merupakan tanda keindahan dan kasih sayang sejak zaman dahulu dan setiap bunga memiliki simbolismenya masing-masing dan juga pesan emosionalnya. Kombinasi bunga dan karangan bunga mampu mengungkapkan perasaan tanpa kata-kata, sehingga pada zaman sekarang semakin banyak masyarakat yang menggantikan buket bunga sebagai hadiah. Buket bunga dapat diberikan pada saat ulang tahun, pernikahan, wisuda, dan juga dalam rangka memperingati hari-hari spesial seperti hari valentine, hari ibu, hari guru dan lain sebagainya.

Semakin berkembangnya zaman, permintaan dari masyarakat semakin beragam jenis, sehingga akan memicu para penjual buket bunga untuk lebih berkreasi dan berinovasi dalam merangkai bunga. Selain berkreasi dalam merangkai bunga, pemilik juga harus membuat strategi pemasaran yang efektif dan kreatif untuk menarik keputusan pembelian konsumen dan membangun citra merek yang kuat. Di kota Batam, jumlah UMKM yang bergerak di bidang *florist* cukup banyak, namun sebagian pengusaha UMKM masih belum cukup mengerti bahwa pentingnya strategi promosi dan *brand image* pada UMKM.

Berdasarkan observasi yang telah dilakukan, ditemukan bahwa UMKM Kristin Florist belum menerapkan strategi promosi yang baik dan juga belum membangun *brand image* yang kuat. Tujuan dari penerapan ini, penulis akan mengimplementasikan taktik pemasaran pada UMKM Kristin Florist dengan tujuan untuk mencapai sasaran yang dimiliki dan lebih dikenali oleh masyarakat Batam. Selain itu, juga akan menerapkan *repurchase intention* agar pelanggan mempunyai niat membeli kembali. Berdasarkan pembahasan

permasalahan yang terjadi, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian strategi pemasaran yang efektif dan tepat sehingga konsumen akan tertarik untuk membeli buket bunga di Kristin Florist, maka penulis ingin mengangkat laporan kegiatan PkM dengan judul "Mengembangkan Strategi Promosi dan *Brand Image* pada UMKM Kristin Florist".

Dalam penerapan ini, penulis akan berbagi tentang produk yang seharusnya ditawarkan dan berusaha mengajak konsumen untuk mendapatkan hal-hal baru serta meningkatkan pendapatan perusahaan dengan membuat iklan promosi dengan cara menyusun foto produk dengan rapi dan unik, serta membuat video produk yang kreatif yang dapat menarik perhatian konsumen. Foto dan video produk akan dipromosikan pada Instagram melalui bantuan fitur *boost* yang tersedia pada aplikasi, sehingga dapat membuat pelanggan loyal dan membeli kembali terhadap UMKM ini agar UMKM dapat meningkatkan target setiap bulannya.

2. Metode

Secara umum pengumpulan data merupakan tahapan penting dalam penelitian karena tujuan utama penelitian adalah memperoleh data yang memenuhi kriteria yang ditetapkan untuk memecahkan permasalahan yang disajikan dalam penelitian. Metode pengumpulan data yang digunakan oleh penulis adalah melakukan observasi langsung ke lokasi dengan tujuan untuk mengetahui lebih mendalam permasalahan yang sedang dihadapi oleh UMKM Kristin Florist dan melakukan wawancara kepada pemilik untuk mendapatkan informasi yang komprehensif.

Dalam observasi, penulis memperoleh informasi mengenai kegiatan operasional UMKM di Kristin Florist mulai dari waktu merintis usahanya, jam kerja, permasalahan yang dihadapi, cara kerja karyawan, dan proses operasional lainnya. Melalui kegiatan tersebut, penulis dapat mengumpulkan informasi-informasi terkait proses bisnis perusahaan yang dapat dijadikan referensi bagi penulis dan strategi serta memberikan solusi kepada pemilik usaha. Kemudian wawancara merupakan sebuah tahapan yang sangat penting untuk menghubungkan kedua pihak terutama antara pihak yang mengajukan pertanyaan dengan pihak yang membantu seperti responden dan pemilik usaha untuk mendapatkan informasi yang penting. Dari hasil tanya jawab tersebut, penulis mendapatkan banyak informasi penting yang dapat membantu melanjutkan penelitiannya.

Proses perencanaan yang akan dilaksanakan pada UMKM Kristin Florist meliputi beberapa langkah yaitu: mengidentifikasi permasalahan dalam proses pemasaran yang dihadapi Kristin Florist; melakukan analisis mendalam terkait permasalahan tersebut; serta merumuskan permasalahan dan mengimplementasikan ide pengembangan pada UMKM Kristin Florist diantaranya membuat iklan dengan cara menyusun foto produk dengan rapi dan unik, selain itu penulis akan membuat konten video produk yang unik dan kreatif dengan tujuan untuk menarik perhatian konsumen. Foto dan video produk tersebut akan di promosikan pada Instagram melalui bantuan fitur *boost* yang tersedia pada aplikasinya.

Adapun waktu dan tempat pelaksanaan kerja praktik yaitu dilakukan di Kristin Florist yang terletak di Ruko Kintamani Blok G no 12, Kota

Batam, Kepulauan Riau 28411. Adapun pelaksanaan kerja praktik ini dilakukan pada 01 September 2023 - 31 Desember 2023.

3. Hasil dan Pembahasan

Beberapa hal yang telah diterapkan untuk meningkatkan penjualan UMKM Kristin Florist adalah dengan membuat iklan berupa video *reels* yang dapat dipromosikan pada *e-commerce* Instagram dengan tujuan lebih banyak masyarakat yang mengenal UMKM Kristin Florist. Selain itu, juga membantu mengedit kecerahan dan kualitas foto produk pada UMKM Kristin Florist dan memberikan saran untuk posisi *background* foto produk dengan tujuan agar calon konsumen tertarik dengan produk Kristin Florist. Penulis juga membantu menyusun foto di *feed* Instagram menjadi lebih rapi dan menarik bagi konsumen. Penulis telah memberikan saran untuk mengadakan promo potongan harga atau *discount* yang menarik hati para konsumen.

Berikut adalah tahap pelaksanaan implementasi luaran di Kristin Florist:

- a. Tanggal 08 September 2023 melakukan survei dan wawancara dengan pemilik UMKM Kristin Florist untuk mendapatkan informasi mengenai Kristin Florist.
- b. Tanggal 15 September 2023 membahas dengan pemilik Kristin Florist mengenai posisi *background* untuk foto produk.
- c. Tanggal 28 September 2023 membahas dengan pemilik Kristin Florist mengenai kecerahan dan kualitas foto produk beserta susunan foto pada *feed* Instagram.
- d. Tanggal 07 Oktober 2023 membahas dengan pemilik Kristin Florist mengenai harga potongan yang akan diberikan oleh konsumen.
- e. Tanggal 20 Oktober meminta saran dari pemilik Kristin Florist

mengenai hasil edit foto produk kecerahan dan kualitas foto produk beserta konten video *reels* foto produk.

- f. Tanggal 02 November mengirimkan hasil foto produk yang telah di edit dan konten video *reels* yang akan dipromosikan kepada pemilik Kristin Florist serta ulasan dari pemilik yang sangat memuaskan.

Hasil implementasi dapat dilihat pada gambar berikut ini:

- a. Foto produk setelah diedit



Gambar 1. Hasil Foto Produk yang diedit

- b. Potongan harga yang akan diberikan oleh konsumen



Gambar 2. Promo Produk

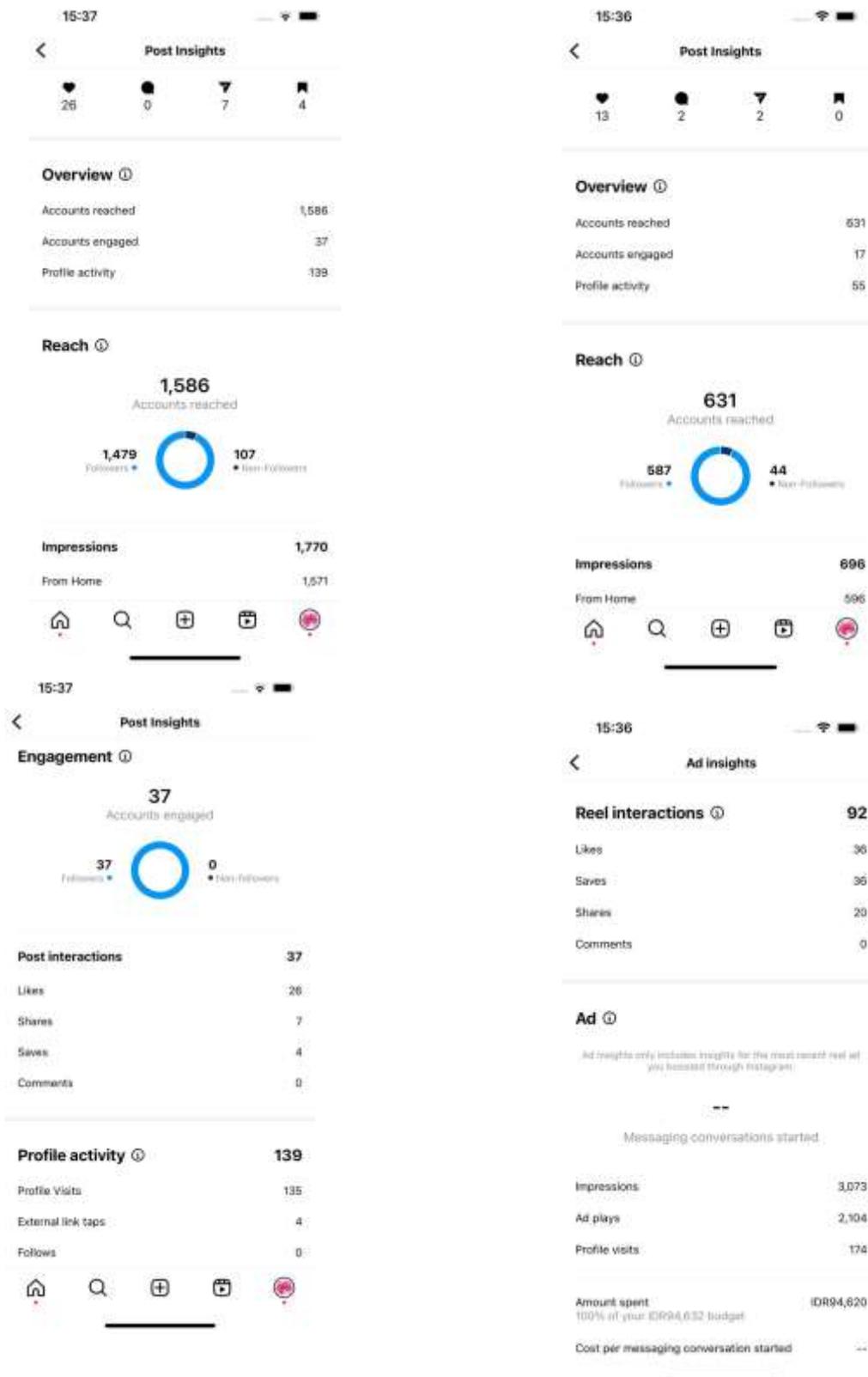
- c. Susunan foto di *feed* Instagram



Gambar 3. Susunan Foto di Instagram

Setelah penulis melaksanakan kegiatan penerapan bauran pemasaran kepada UMKM Kristin Florist, terdapat perkembangan berupa *followers* Instagram menjadi 11.600 pengikut dan pengunjung situs *profile* Instagram juga bertambah. Selain itu, *likers* pada foto produk bertambah dan juga ada yang menyimpan foto produknya. Berikut adalah kondisi setelah implementasi kami.

- a. Bertambahnya *followers* dan pengunjung situs profil pada Instagram Kristin Florist



Gambar 4. Hasil Pengunjung Instagram

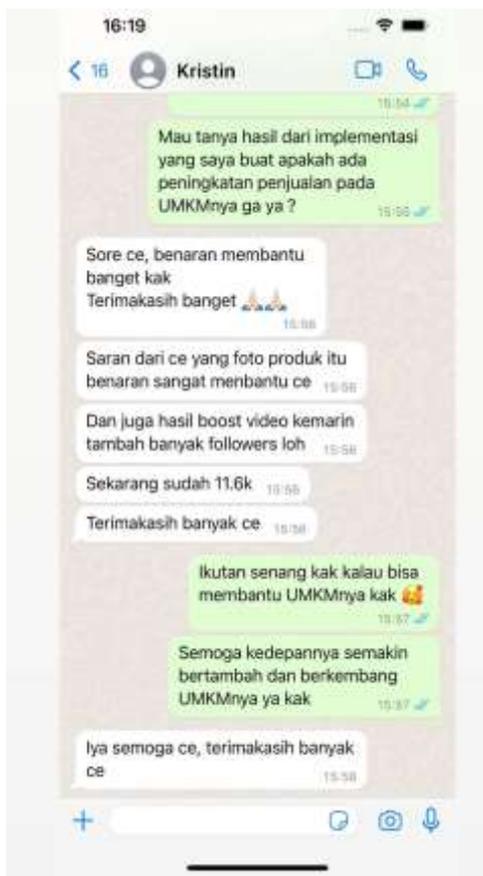
- b. Banyak pelanggan baru yang memesan produk Kristin Florist serta memberikan tanggapan yang

positif untuk UMKM Kristin Florist



Gambar 5. Hasil *Review* dari Pelanggan UMKM Kristin Florist

- c. Ulasan dari pemilik UMKM Kristin Florist mengenai peningkatan penjualan



Gambar 6. Hasil Ulasan Pemilik UMKM Kristin Florist

4. Kesimpulan

Dari hasil observasi, analisis, dan wawancara dengan pemilik dari UMKM Kristin Florist, dapat disimpulkan bahwa pemilik UMKM merasa kurang puas dengan hasil penjualan yang mereka dapatkan karena terdapat banyak saingan toko *florist* di kota Batam dan kurangnya bauran pemasaran pada UMKM, sehingga Kristin Florist belum cukup terkenal dikalangan masyarakat kota Batam. Masalah lain yang dihadapi oleh UMKM ini adalah kekurangan kecerahan pada foto produk dan susunan foto *feed* Instagram yang kurang rapi.

Dengan permasalahan yang telah dihadapi oleh UMKM Kristin Florist, penulis ingin membantu pemilik UMKM ini dengan membuat konten video *reels*

pada Instagram dengan tujuan untuk mempromosikan produk pada UMKM ini agar lebih dikenal oleh masyarakat Batam dan penulis membantu menyusun susunan foto pada *feed* Instagram UMKM Kristin Florist menjadi lebih rapi dan menarik, yang terakhir yaitu mengedit kecerahan dan kualitas foto produk pada UMKM ini. Hasil luaran dari strategi pemasaran yang penulis susun merupakan penerapan strategi pemasaran dan *brand image*.

Meskipun Kristin Florist telah mencapai target yang diinginkan, tetapi hasil dari implementasi yang dirasakan masih belum cukup maksimal karena masih ada peluang untuk lebih berkembang. UMKM ini dapat lebih berkembang dan dikenali oleh masyarakat Batam jika dapat menggunakan jasa *endorsement* pada *influencer* ataupun selebgram yang ada di lokasi Batam untuk membantu mempromosikan produk UMKM Kristin Florist. Penulis terbuka untuk menerima kritik dan saran dari pihak mitra maupun dosen yang telah membimbing agar kedepannya bisa melakukan lebih baik lagi.

5. Daftar Pustaka

- Data Science. (2021). 3 Teknik Pengumpulan Data Populer dalam Metode Analisis Kualitatif yang Wajib Kamu Ketahui.
- Jethro Jiang. (2022, April 7). Apa itu Hadiah? Manfaat dan Jenis-Jenisnya.
- Rizky Melinda Sari. (2023, January 9). 5 Manfaat Memberikan Hadiah, Bisa Mendekatkan Hubungan!
- Startup Studio Indonesia. (2023, March 20). Mengenal Brand Image dan Pentingnya bagi Kemajuan Bisnis.

Vanya Karunia Mulia Putri. (2023, January 14). Mengapa Pemasaran Sangat Penting?.

Yusuf Abdhul Azis. (2024). Metode Observasi: Pengertian, Macam dan Contoh.

<https://mediaindonesia.com/humaniora/539107/teknik-pengumpulan-data-dan-metode-penelitian>