

Penggunaan Media Promosi Online Dalam Meningkatkan Kualitas Penjualan Produk Frozen Food Pada UKM Dapoer Mama Ana

Syarifah Fadillah Rezky¹, Rita Hamdani², Devri Suherdi³, Kartika Sari⁴, Astri Syahputri⁵
STMIK Triguna Dharma^{1,2,3,4,5}

ARTICLE INFO

Received : 2023-01-05

Revised : 2023-01-25

Accepted : 2023-01-30

Keywords:

Character Leadership, Leadership Concept, Intelligent, Constructive

ABSTRACT

Dapoer Mama Ana is one of the home industries carried out by Mrs. Mariana Harahap in the city of Medan, Kelurahan Gedung Johor, Medan Johor District, North Sumatra Province, the Dapoer Mama Ana home industry produces a variety of frozen food, namely variants of dim sum skin, kebab skin, risol, dimsum, batagor, meatballs and nuggets. Dapoer Mama Ana has several problems, namely in the marketing management section, product packaging and business management. Based on the problems faced by the owner of Dapoer Mama Ana, we as a team limit the problems that exist with Dapoer Mama Ana, namely problems in marketing management. An example of a part of marketing is promotion, which is an activity that focuses on the efforts of entrepreneurs as a whole in increasing sales of products or services as well as in introducing their innovations. When the promotion is carried out, determining the promotional media is a very important aspect. All forms of promotional media must be able to accommodate the objectives of the promotion, both as an effort to increase sales results and as an effort to develop a business brand image. Therefore, this Community Service will focus on the use of online promotional media in the form of branding on Dapoer Mama Ana.

E-mail: -

©2023 Published by Cattleya Darmaya Fortuna

1. PENDAHULUAN

Promosi adalah salah satu faktor penentu dalam keberhasilan suatu kegiatan berbisnis, karena pada hakikatnya promosi akan membentuk sebuah komunikasi dari perusahaan kepada konsumen[1]. Promosi merupakan kegiatan untuk menyampaikan pesan tertentu tentang produk baik barang ataupun jasa, merek dagangan atau perusahaan dan lain sebagainya kepada konsumen sehingga dapat membantu pemasaran. Promosi bertujuan untuk memberikan informasi tentang produk yang ditawarkan, membujuk konsumen untuk mencoba produk, dampak promosi yang bagus dapat mengingatkan konsumen kepada produk yang ditawarkan, dan mendapatkan nilai tambah dari konsumen[2].

Media promosi ada dua yaitu media cetak, dan media penyelenggaraan. Media cetak yaitu media statis dan mengutamakan pesan-pesan dengan sejumlah kata, gambar, atau foto, baik dalam tata warna maupun hitam putih. Jenis-jenis media cetak antara lain yaitu: brosur, pembatas buku, newsletter, kalender. Selanjutnya media penyelenggaraan, media penyelenggaraan yaitu media efektif untuk menembus pembatas dan penghalang komunikasi antara perpustakaan dan pemustaka, salah satu jenis media penyelenggaraan adalah media sosial. Masing-masing media tersebut mempunyai kelebihan dan kekurangan dalam penyampaian informasi[3].

Media promosi digunakan oleh banyak kalangan pelaku usaha. Salah satunya adalah pelaku UMKM, baik itu dalam sektor produksi, kuliner, jasa, peternakan dan perikanan. Dari beberapa sektor tersebut sektor kuliner yang memiliki persentasi tertinggi. Perkembangan usaha kuliner pada era revolusi industri 4.0 atau era digital secara umum masyarakat Kota Medan lebih menyukai makanan praktis, ekonomis, mudah dan cepat

dalam penyajiannya dan konsumsi makanan masyarakat dipengaruhi juga gaya hidup masyarakat pada era ini.

Produk pangan beku (*frozen food*) merupakan olahan makanan instan beku yang tahan lama dan mudah dalam penyajiannya[4]. *Frozen food* pada awalnya diciptakan dan ditujukan untuk seseorang yang terlalu sibuk, tidak mau atau tidak mampu untuk menyiapkan makanan untuk dirinya sendiri[5]. *Frozen food* atau yang biasa dikenal sebagai makanan dingin merupakan makanan yang menjadi salah satu gaya hidup di masyarakat saat ini. Kelebihan dari *frozen food* ini adalah makanan yang dapat bertahan lama untuk disimpan, selain itu pula makanan *frozen food* menjadi cadangan makanan yang dapat bertahan pada kondisi dingin[6].

Bisnis *frozen food* semakin banyak diminati disegala kalangan dengan menawarkan produk *frozen food* andalan masing-masing. Dan banyak pelaku bisnis *frozen food* memperoleh keuntungan besar dan banyak juga pelaku usaha *frozen food* mengalami gulung tikar atau tidak beroperasi lagi, pada umumnya pelaku usaha *frozen food* bangkrut dikarenakan permasalahan strategi pemasaran kurang tepat, kualitas produk *frozen food* kalah saing dengan pelaku bisnis *frozen food* lainnya, variasi *frozen food* tidak berinovasi. Bisnis *frozen food* akan mencapai keberhasilan jika menguasai strategi pemasaran, memiliki kualitas *frozen food* bagus dan pelaku usaha melakukan inovasi-inovasi untuk mengembangkan usahanya.

Dapoer Mama Ana merupakan salah satu industri rumah tangga yang digeluti oleh Ibu Mariana Harahap yang ada di kota Medan Kelurahan Gedung Johor Kecamatan Medan Johor Propinsi Sumatera Utara, industri rumah tangga Dapoer Mama Ana memproduksi berbagai aneka *frozen food* yaitu varian kulit dimsum, kulit kebab, risol, dimsum, batagor, bakso dan nugget. Berdasarkan observasi awal usaha yang digeluti saudari Mariana Harahap cukup berkembang. Seiring persaingan usaha *frozen food* semakin ketat ada beberapa permasalahan pada mitra yaitu manajemen pemasaran, kemasan produk dan manajemen usaha tersebut. Manajemen pemasaran atau pemesanan yang dilakukan saudari Mariana Harahap menggunakan sosial media facebook sehingga menggunakan sosial media dalam pemasaran atau pemesanan memiliki kelemahan misalnya pemasaran terbatas hanya kepada teman pengguna facebook, posting promosi jualan cepat menghilang atau tenggelam, mesin pencari sulit untuk mengindeks tidak ada fitur pencarian konten, sulit untuk mengelola data pembeli yang banyak dan kebenaran data pengguna facebook diragukan. Kemudian masih menggunakan kemasan plastik biasa dan belum menerapkan standar kemasan produk *frozen food* sehingga tampilan produk *frozen food* kurang menarik. Kemasan berfungsi sebagai untuk mewadahi dan melindungi produk dari kerusakan, sehingga lebih mudah disimpan, diangkut, dan dipasarkan. Kemasan juga memiliki fungsi sebagai identitas produk, daya tarik bagi pembeli, dan sarana promosi bagi konsumen. Kemasan yang baik akan meningkatkan daya jual dan daya saing produk.

Berdasarkan permasalahan yang dihadapi oleh pemilik Dapoer Mama Ana, kami sebagai tim membatasi permasalahan yang ada pada Dapoer mama Ana yaitu masalah dalam manajemen pemasaran. Satu contoh bagian daripada pemasaran adalah promosi, yakni sebuah kegiatan yang berfokus pada upaya-upaya pengusaha secara menyeluruh dalam meningkatkan penjualan produk atau jasa maupun dalam memperkenalkan inovasi-inovasinya. Saat promosi dilakukan, penentuan media promosi merupakan aspek yang sangat penting. Segala bentuk media promosi harus mampu mengakomodasi tujuan dari promosi, baik sebagai upaya peningkatan hasil penjualan maupun upaya pengembangan citra merek usaha[7]. Oleh karena itu dalam Pengabdian Kepada Masyarakat ini akan berfokus pada penggunaan media promosi online berupa branding pada Dapoer Mama Ana.

2. METODE

Metode dalam melaksanakan PKM ini, Tim PKM membaginya menjadi 3 tahapan, yaitu:

1. Tahap Persiapan

Adapun tahap persiapan yang dilakukan adalah

- a. Pembagian tugas Tim PKM
- b. Mengumpulkan daftar pertanyaan tentang produk yang dimiliki pemilik usaha.
- c. Merencanakan Anggaran Untuk Pelaksanaan PKM

2. Tahap Pelaksanaan

Adapun tahap pelaksanaan yang dilakukan adalah

a. Melakukan observasi

Teknik observasi merupakan teknik pengamatan yang digunakan untuk mendapatkan informasi dengan cara mengamati langsung tentang segala hal yang berkaitan dengan Dapoer Mama Ana. Hal yang didapatkan dari observasi adalah kondisi demografis Dapoer Mama Ana hingga kegiatan jual beli di Dapoer Mama Ana. Dengan menggunakan teknik observasi, data yang diperoleh dianalisis secara sederhana untuk keperluan pengambilan data selanjutnya, dan untuk menetapkan konsep atau rancangan awal dari media promosi yang akan diciptakan.

b. wawancara

Merupakan teknik penumpulan data dengan mengajukan pertanyaan secara langsung oleh pewawancara kepada responden, kemudian jawabannya dicatat atau direkam menggunakan alat perekam. Data yang diperoleh dari wawancara adalah sejarah Dapoer Mama Ana, omset penjualan, strategi, visi dan misi, jumlah rata-rata konsumen, hingga harapan Dapoer Mama Ana.

c. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan pengumpulan data melalui telaah dokumen yang ada pada tempat yang akan dikunjungi atau diteliti. Dokumen foto yang diambil saat observasi langsung sangat membantu perlunya penelitian deskriptif untuk menelaah data yang hasilnya dianalisis untuk mendapatkan pemecahan dari permasalahan. Data hasil dokumentasi berupa foto-foto yang diambil di lokasi perancangan media promosi yaitu kondisi Dapoer Mama Ana dan produk yang dijual di Dapoer Mama Ana, yang mendukung perancangan media promosi Dapoer Mama Ana

d. Setelah mendapatkan informasi tersebut, maka informasi produk diberikan kepada Anggota PKM yang bertugas dalam pembuatan branding labeling.

e. Anggota Tim PKM menyelesaikan branding labeling

3. Tahap Akhir

Adapun tahap akhir yang dilakukan adalah

- a. Tim PKM memberikan file hasil branding labeling kepada pelaku UMKM
- b. Tim PKM membuat laporan berdasarkan bukti / data
- c. Tim PKM membuat Jurnal berdasarkan laporan yang dibuat oleh Team PKM

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Selama ini labeling dan logo pada Dapoer Mama Ana terkesan sangat sederhana dan sangat kurang menarik. Dengan adanya kegiatan Pengabdian kepada masyarakat ini, tim pengabdian kepada masyarakat telah berhasil membuat *branding labeling* pada Produk *frozen food* Dapoer Mama Ana. Adapun *branding labeling* yang telah dihasilkan adalah sebagai berikut.



Gambar 1. *branding labeling* Dapoer Mama Ana

Penjelasan hasil dari *branding labeling* :

Labeling diberikan sentuhan warna pastel peach muda memberikan kesan melayani dengan penuh kasih, ikon ibu muda vector dengan nuansa kartun yang merupakan jenis logo yang sedang trend saat ini. Ada sentuhan kartunis di logonya. Sentuhan warna merah dan orange memberikan kesan ceria, ramah dan antusias. Pemilihan font yang sedang diminati para owner bisnis kekininan karena memiliki nilai estetika dan nuansa elegan.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil kegiatan pengabdian masyarakat tentang penggunaan Media Promosi Online Dalam Kualitas Penjualan Produk Frozen Food Pada UKM Dapoer Mama Ana adalah bahwa dalam meningkatkan penjualan frozen food pada UKM Dapoer Mama Ana salah satunya adalah dengan penggunaan media promosi. Media promosi yang dibutuhkan adalah sebuah *branding labeling*. Selama ini Dapoer Mama Ana sudah menggunakan logo, namun masih terkesan sangat sederhana dan tidak menarik. Dengan adanya *branding labeling* yang baru ini diharapkan dapat berperan sebagai identifikasi dan diferensiasi merek dari produk Dapoer Mama Ana. Dengan menghadirkan *branding labeling* dalam kegiatan penjualan produk di ranah media sosial, maka hal ini berarti membangun hubungan brand dengan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] F. A. Alfatah and A. A. Kusumasari, "Perancangan Media Promosi 'Café Nomu9 Bites & Beverages' Sebagai Penguat Brand di Kota Malang," *MAVIS J. Desain Komun. Vis.*, vol. 3, no. 02, pp. 73-78, 2021, doi: 10.32664/mavis.v3i02.624.
- [2] R. Tasruddin, "Tren media online sebagai media promosi," *J. Mercusuar*, vol. 2, no. 1, pp. 16-21, 2021.
- [3] A. Rahmi and Desriyeni, "Pembuatan Buku Panduan Media Promosi Perpustakaan Di Perpustakaan Amanah Masjid Taqwa Muhammadiyah Sumatera Barat," *J. Ilmu Inf. Perpust. dan Kearsipan*, vol. 6, no. 1, pp. 19-27, 2017.
- [4] I. Santoso, S. . Mustaniroh, and D. Pranowo, "Keakraban Produk dan Minat Beli Frozen Food: Peran Pengetahuan Produk, Kemasan, dan Lingkungan Sosial," *J. Ilmu Kel. dan Konsum.*, vol. 11, no. 2, pp. 133-144, 2018, doi: 10.24156/jikk.2018.11.2.133.
- [5] C. R. Rahardjo, "Faktor Yang Menjadi Preferensi Konsumen Dalam Membeli Produk

Doi : <https://doi.org/10.54209/jumas.v2i01.41>

- Frozen Food," *J. Manajemen dan Start-Up Bisnis*, vol. 1, no. 1, pp. 32-43, 2016.
- [6] K. Kristiandi, D. Mahmuda, N. F. Yunita, and M. Maryono, "Pendampingan Pembuatan Dan Pengemasan Frozen Food Pada Ibu Rumah Tangga," *To Maega J. Pengabd. Masy.*, vol. 5, no. 2, p. 216, 2022, doi: 10.35914/tomaega.v5i2.1037.
- [7] A. I. Febrian and H. Aryanto, "Perancangan Media Promosi Nanistika Homemade Bakery," *J. Barik*, vol. 3, no. 3, pp. 208-220, 2022, [Online]. Available: <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JDKV/>.