



**STRATEGI PEMASARAN MELALUI MEDIA ONLINE PADA PRODUK  
USAHA RUMAHAN KRUPUK BAWANG DAN KRIPIK SUKUN DI DESA  
CENDORO KEC. PALANG KAB. TUBAN**

**Rifa'atul Maftuhah & Haqiqi Rafsanjani**  
Program Studi Perbankan Syariah, FAI UMSurabaya

**Abstrak**

Jurnal ini membahas tentang program pelatihan pemasaran produk usaha rumahan krupuk bawang dan kripik sukun melalui media online. Program tersebut sangat penting untuk dilakukan karena berdasarkan hasil observasi dilapangan kedua olahan produk rumahan tersebut masih menjual produknya dengan cara-cara yang konvensional. Metode yang dilakukan dalam program pendampingan ini adalah 1) melakukan identifikasi masalah, 2) membuat program pelatihan, 3) membuat label produk, 4) membuat iklan produk di media online. Hasil pelatihan menunjukkan para peserta sangat antusias dalam mengikuti program tersebut.

Kata kunci: Strategi Pemasaran, Media Online, UMKM

## **Pendahuluan**

Jual beli melalui media online memiliki beberap keunggulan yang memungkinkan UMKM mengembangkan jaringan pemasaran. Promosi online mampu memangkas biaya promosi 80% dan bisa menciptakan jaringan pemasaran luas dan cepat. Jaringan online juga memudahkan siapa saja membangun link tanpa perlu keluar modal banyak. Bahkan bisa dilakukan hanya dengan smartphone.

Jual beli dengan media online juga memungkinkan setiap orang menjual beragam produk tanpa harus keluar modal dengan menjadi reseller. Pola ini sangat strategis untuk digunakan memasarkan produk-produk UMKM. Melalui online, UMKM tidak perlu menyiapkan modal untuk mendirikan gerai, membayar pegawai.

Sementara itu, usaha makanan ringan Kerupuk Bawang “Pak Bakar” merupakan usaha Kuliner berskala kecil (rumahan), hal itu dilihat dari kapasitas produksi dan modal yang dimiliki masih sangat terbatas. Usaha makanan ringan Kerupuk Bawang “Pak Bakar”, di rintis oleh Bapak Bakar  $\pm$  5 Tahun yang lalu. Makanan Ringan Kerupuk Bakar “Pak Bakar” berada di Rumah Bapak Bakar, dengan alamat: Ds. Cendoro Kec. Palang Kab. Tuban. Usaha makanan ringan Kerupuk Bawang “Pak Bakar” dijalankan oleh Pak Bakar dengan dibantu beberapa ibu-ibu sekitar sebagai karyawan (membantu kalau pas ada pesanan banyak).

Adapun usaha Keripik Sukun “Bu Mi’atun” merupakan usaha Kuliner berskala kecil (rumahan), hal itu dilihat dari kapsitas produksi dan modal yang dimiliki masih sangat terbatas. Usaha Keripik Sukun “Bu Mi’atun”, di rintis oleh Ibu Mi’atun  $\pm$  3 Tahun yang lalu. Ruang produksi usaha Keripik Sukun “Bu Mi’atun” berada di Rumah Ibu Mi’atun dengan alamat Ds. Cendoro Utara RT 03/RW 03 Kec. Palang Kab. Tuban. Usaha Keripik Sukun “Bu Mi’atun” dijalankan oleh Ibu Mi’atun dan beberapa ibu-ibu sekitar sebagai karyawan (membantu kalau pas ada pesanan banyak).

Berdasarkan hasil observasi dan diskusi antara Tim PKM dengan Mitra I (Usaha Makanan Ringan Kerupuk Bawang) dan Mitra II (Usaha Makanan Ringan Keripik Sukun) didapatkan beberapa permasalahan yang dihadapi oleh kedua Mitra usaha makanan ringan di lapangan. Beberapa masalah tersebut antara lain:

- 1) Belum mempunyai pengetahuan dan ketrampilan pemasaran secara luas sehingga kurang peka melihat peluang pasar
- 2) Wilayah pemasaran masih terbatas di sekitar pasar tradisional di wilayah sekitar Ds. Cendoro Kec. Palang.
- 3) Penjualan produk kerupuk bawang masih mengandalkan pesanan dari tetangga sekitar dan tetangga luar desa untuk kebutuhan masyarakat
- 4) Promosi pemasaran masih konvensional dengan “getuk tular” dan spanduk depan rumah, belum memanfaatkan media teknologi informasi, sehingga informasi tentang produk kerupuk bawang sangat terbatas.

## Metode

Metode pelaksanaan yang ditawarkan merupakan dari target (prioritas) permasalahan yang dihasilkan dari kesepakatan antara Tim PKM dengan Mitra di lapangan. Adapun metode pelaksanaan yang dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Membuat pelatihan tentang strategi pemasaran produk melalui media online
2. Membuat label pada produk
3. Membuat iklan produk di beberapa media online

## Hasil Dan Pembahasan

Untuk dapat meningkatkan daya saing serta nilai tambah dari barang, dilakukan pelatihan untuk meningkatkan SDM dari kelompok Mitra.

Pelatihan manajemen pemasaran, bertujuan untuk memberikan wawasan dan pemahaman kepada mitra tentang upaya pemasaran melalui promosi dan distribusi produk.



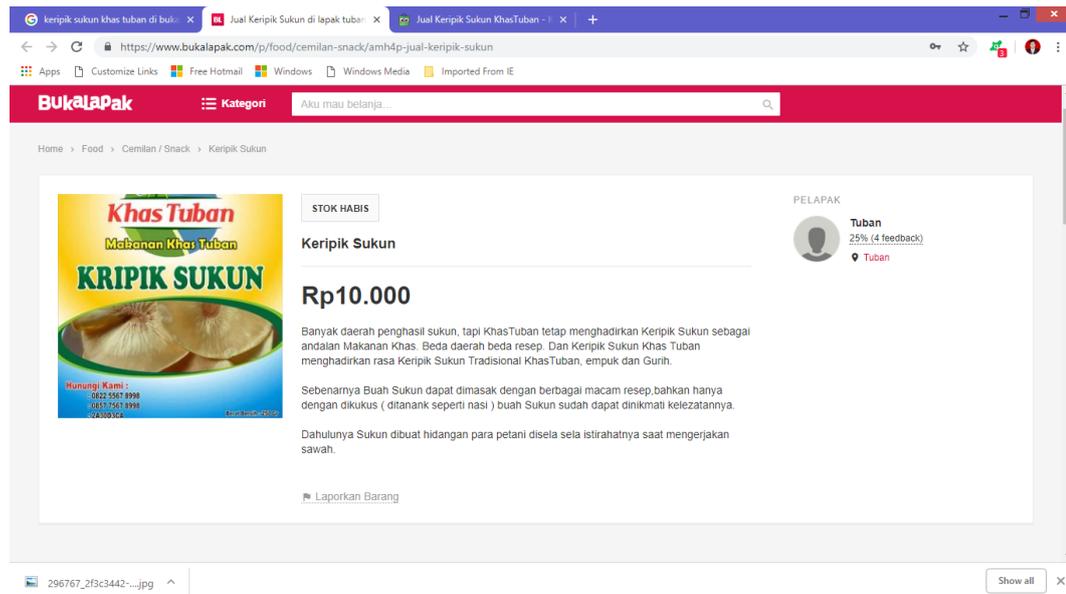
Gambar 1. Pelatihan Strategi Promosi Produk UMKM Melalui Media Online

Tindak lanjut dari pelatihan tentang strategi promosi melalui media online adalah dengan membuat media promosi di media online. Beberapa media pemasaran online yang sudah di buat adalah sebagai berikut.

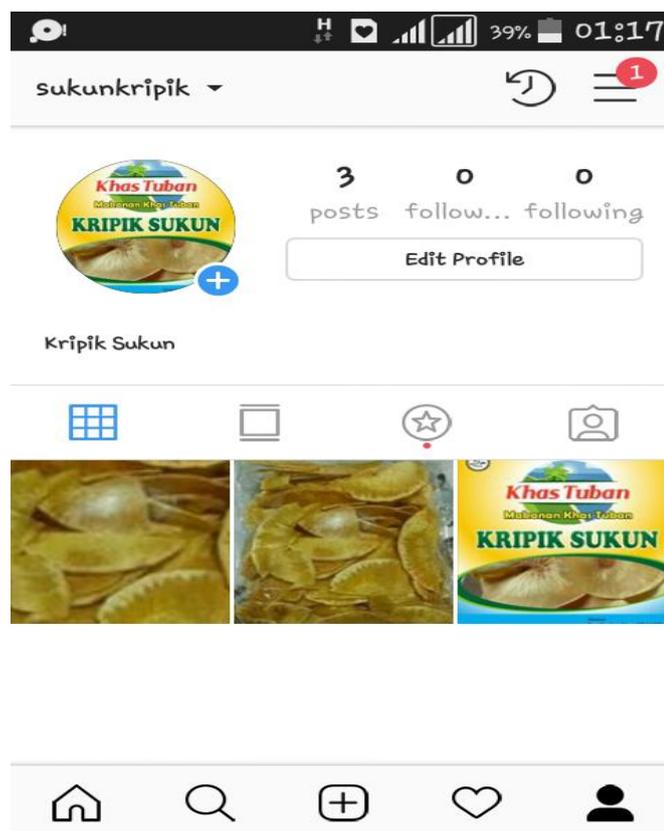


Gambar 2. Pembuatan Iklan Di Media Online (Tokopedia)

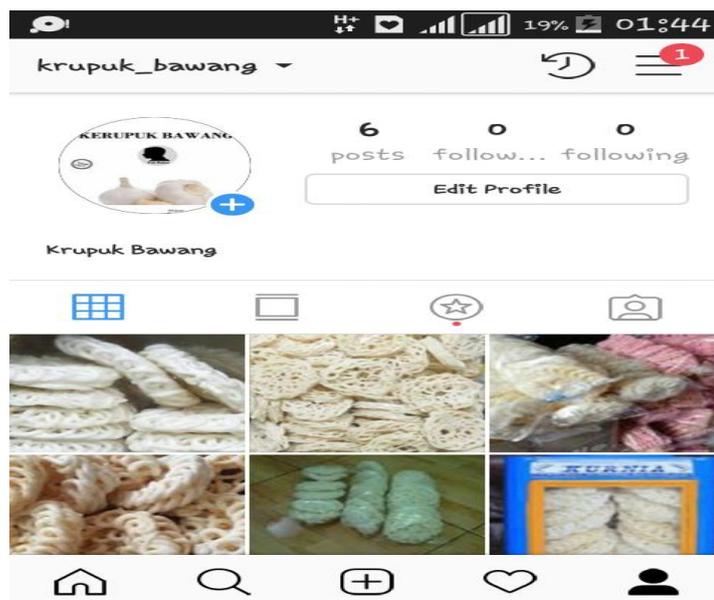
## Rifa'atul Maftuhah Dan Haqiqi Rafsanjani\_Pelatihan Strategi Pemasaran Melalui Media Online Pada Produk Usaha Rumahan Krupuk Bawang Dan KripiK Sukun Di Desa Cendoro Kec. Palang Kab. Tuban



Gambar 3. Pembuatan Iklan Di Media Online (Bukalapak)



Gambar 4. Pembuatan Iklan Di Media Online (Instagram)



Gambar 5. Pembuatan Iklan Di Media Online (Instagram)

## Kesimpulan Dan Saran

### Kesimpulan

Berdasarkan pemaparan tersebut, maka dapat diambil kesimpulan bahwa, peran penjualan online sangat penting bagi UMKM. Karena selama ini s UMKM belum memanfaatkan online marketing dalam menjual produk-produknya. Dari hasil kegiatan tersebut pada karyawan sentra UMKM Krupuk Bawang dan Kripik Sukun sangat antusias dalam mengikuti setiap kegiatan yang ada.

### Saran

Saran bagi sentra UMKM untuk menyediakan fasilitas pendukung seperti koneksi internet yang stabil dan kamera dengan kualitas foto yang bagus sebagai pengambilan foto produk.

### Daftar Pustaka

Ilham Ahmad, (2008), *Pedoman umum Lembaga Keuangan Syariah*; Jakarta:

Gramedia

Lupiyoadi R, (2011), *Managemen Pemasaran*, Jakarta: Jasa Asalembaa Empat

Suherman (2005) *Ekonomi mikro*, Jakarta: Rineka Jaya

Titik P, (2005), *Gizi Masyarakat*, Jakarta: Gramedia

Tjipto Fandi, (2008), *Pemasaran Strategik*, Bandung: Andi Publisher