

Pendampingan Strategi Pemasaran secara Online pada *Home Industry* Rengginang di Desa Padaelo, Kajuara, Bone, Sulawesi Selatan

Suriyati¹, Francisca Tree Aulia Putri², Irmayanti³

Universitas Islam Ahmad Dahlan

suriyati.iain@gmail.com¹, irmayanti91@gmail.com³

Kilas Artikel

Volume 1 Nomor 1
Maret 2023
DOI:xxx/.xxxx

Article History

Submission: 09-03-2023

Revised: 11-03-2023

Accepted: 13-03-2023

Published: 29-03-2023

Kata Kunci:

Strategi Pemasaran,
Pemasaran Online, Home
industri

Keywords:

Marketing Strategy, Online
Marketing, Home industry



Welfare Jurnal Pengabdian
Masyarakat is licensed under a
Creative Commons Attribution-Share
Alike 4.0 International License.

Abstrak

Kegiatan pelaksanaan pendampingan home industri dalam pemasaran secara online bertujuan memberikan wawasan kepada pemilik industri rumahan terkait dengan strategi pemasaran secara online sangat penting untuk meningkatkan penjualan produk. Kegiatan ini menggunakan metode pendampingan. dimana kegiatan ini dilakukan selama kurang lebih dua bulan bersama, yang kemudian penulis terlebih dahulu menyiapkan peralatan dan infrastruktur penting, seperti label dan kemasan rengginang, serta melakukan pengemasan rengginang bersama pemilik usaha home industri rengginang, mengingat bahwa home industry belum memiliki kemasan untuk produknya. Selanjutnya penulis menjelaskan informasi tentang yang berkaitan dengan strategi pemasaran secara online. Kemudian langkah selanjutnya adalah melakukan praktek proses pembuatan akun digital marketing bersama pemilik usaha home industri rengginang. Sehingga ke depan para pemilik usaha rumahan Rengginang akan lebih memahami dan mampu memanfaatkan manfaat digital marketing.

Abstract

The activity of implementing home industry assistance in online marketing aims to provide insight to home industry owners regarding online marketing strategies that are very important for increasing product sales. This activity uses the mentoring method. where this activity was carried out for about two months together, which then the author first prepared important equipment and infrastructure, such as rengginang labels and packaging, and carried out rengginang packaging with the rengginang home industry business owner, bearing in mind that the home industry did not yet have packaging for its products. Next, the author explains information related to online marketing strategies. Then the next step is to practice the process of creating a digital marketing account with the rengginang home industry business owner. So that in the future Rengginang home-based business owners will better understand and be able to take advantage of the benefits of digital marketing.

1. PENDAHULUAN

Industri rumah tangga adalah unit usaha kecil atau korporasi yang bergerak di bidang industri tertentu. Biasanya, hanya satu atau dua rumah yang digunakan sebagai pusat

produksi, administrasi, dan pemasaran sekaligus di perusahaan ini. Dalam hal penggunaan modal dan energi perusahaan, tidak diragukan lagi lebih kecil dari perusahaan besar pada umumnya (Ahmad Rudini, 2021). Mayoritas penduduk desa di komunitas bekerja di sektor rumah karena mereka memiliki modal terbatas dan sedikit koneksi bisnis. Mayoritas perusahaan berbasis rumahan mempekerjakan ibu rumah tangga sebagai eksekutif industri dan anggota keluarga lainnya sebagai pembantu dalam proses manufaktur.

Industri dalam negeri ini tidak dapat dipisahkan dengan adanya teknologi yang membantu jalannya produksi, perekonomian yang menjadi akar dari terciptanya suatu industri di dalamnya, dan perubahan-perubahan di mana setiap keberadaan suatu industri, baik besar maupun kecil, tidak bisa dipungkiri akan ada perubahan sosial yang berdampak pada individu, baik yang bekerja di dunia industri maupun yang tinggal disekitarnya. Salah satunya pendistribusian yang semakin moderen dengan adanya teknologi yang semakin meningkat dapat lebih mudah memasarkan produk misalnya memanfaatkan media sosial sebagai tempat pendistribusian produk secara online (Barnawi, 2020). Hal ini senada dengan penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa pemanfaatan social media dapat menambah saluran pemasaran produk (Irmayanti et al., 2023).

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan di Desa Padaelo Kecamatan Kajuara Kabupaten Bone terdapat home industri rengginang (Ayu Lestari, 2022). Industri rumah tangga rengginang merupakan salah satu toko makanan tradisional. Eceran makanan semacam ini dapat menghasilkan keuntungan yang signifikan karena tidak membutuhkan biaya yang besar untuk beroperasi namun memiliki nilai ekonomi dan profitabilitas yang tinggi. Rengginang adalah sejenis kerupuk yang terbuat dari beras atau ketan yang telah dikeringkan dan digoreng.

Namun, potensi besar sektor rumah Rengginang belum sepenuhnya disadari oleh para pengusaha yang menjalankan perusahaan di industri ini, karena banyak dari mereka yang belum melihat dampak ekonomi yang besar dari operasi mereka, terutama dalam hal pemasaran. Maka dari itu, rencana pemasaran yang sesuai bagi mereka yang menciptakan perusahaan ini sangat penting untuk bertahan dan mengembangkan strategi kompetitif yang memadai untuk menghadapi semua perubahan potensial. Sehingga penulis berinisiatif untuk melaksanakan program kerja dengan tema "Pendampingan Strategi Pemasaran Usaha Home Industry Rengginang Secara Online". Dengan adanya program tersebut para pengusaha yang mengembangkan usaha ini dapat lebih mudah dalam pengembangan usaha rengginang tersebut.

2. METODE

Ada beberapa metode yang dilakukan dalam pendampingan strategi pemasaran secara online pada home industri rengginang di Desa Padaelo yaitu:

a. Wawancara

Wawancara adalah jenis komunikasi lisan yang digunakan untuk mengumpulkan informasi. Ketika dua orang atau lebih diwawancarai, komunikasi biasanya dilakukan dalam lingkungan tatap muka. Wawancara dilakukan dengan masyarakat di Desa Padaelo. Tujuan dari wawancara ini adalah untuk mengumpulkan informasi mengenai tentang usaha rengginang yang ada di Desa Padaelo (Ayu Lestari, 2022). Kegiatan wawancara ini dilakukan pada hari Sabtu, 05 Februari 2022.

b. Observasi

Observasi adalah proses pengumpulan informasi langsung dari lapangan. Di Desa Padaelo, observasi merupakan hal yang lumrah dilakukan saat menentukan dukungan apa saja yang dibutuhkan untuk home sector Rengginang yang pemasarannya bersifat digital. Untuk mengetahui situasi di Desa Padaelo, kegiatan observasi dilakukan selama satu minggu, mulai Kamis, 03 Februari 2022 hingga Rabu, 09 Februari 2022. Saat itu kami menemukan informasi yang menunjukkan bahwa beberapa rumah pemilik rumah terlibat dalam industri perumahan Rengginang. Setelah melakukan observasi ke beberapa rumah warga yang memiliki usaha home industri rengginang hanya satu home industri yang bersedia untuk diberikan pendampingan strategi pemasaran secara online.

c. Pendampingan

Melanjutkan wujud pendampingan home industri rengginang di Desa Padaelo, dimana kegiatan ini dilakukan selama kurang lebih dua bulan bersama, yang kemudian penulis terlebih dahulu menyiapkan peralatan dan infrastruktur penting, seperti label dan kemasan rengginang, serta melakukan pengemasan rengginang bersama pemilik usaha home industri rengginang, mengingat bahwa home industry belum memiliki kemasan untuk produknya. Selanjutnya penulis menjelaskan informasi tentang yang berkaitan dengan strategi pemasaran secara online. Kemudian langkah selanjutnya adalah melakukan praktek proses pembuatan akun digital marketing bersama pemilik usaha home industri rengginang. Sehingga ke depan para pemilik usaha rumahan Rengginang akan lebih memahami dan mampu memanfaatkan manfaat digital marketing.

d. Evaluasi

Melakukan perbandingan antara hasil dari pendampingan dengan hasil dari tujuan yang diinginkan dalam pendampingan. Selain itu, kegiatan ini dilakukan untuk mengetahui kelebihan dan kekurangan dalam pendampingan ini.

3. HASIL & PEMBAHASAN

Kegiatan pelaksanaan pendampingan home industri dalam pemasaran secara online bertujuan memberikan wawasan kepada pemilik industri rumahan terkait dengan strategi pemasaran secara online sangat penting untuk meningkatkan penjualan produk. Mengingat bahwa pada saat ini maraknya berbelanja secara online di zaman sekarang (Yuniarti et al., 2020). Sehingga perlu adanya terobosan baru dalam memasarkan produk agar penjualan lebih meningkat. Adapun kegiatan yang telah dicapai dalam kegiatan ini berdasarkan program kerja yang telah dilakukan yaitu:

a. Inovasi Produk

Inovasi produk adalah mengacu pada upaya penulis untuk memperbaiki, menyempurnakan, dan menciptakan barang-barang rengginang yang dihasilkan oleh pemilik home industri rengginang Desa Padaelo. Penulis terlebih dahulu ikut serta dalam proses pembuatan rengginang yang dilakukan bersama pemilik home industri rengginang, serta melakukan pengemasan rengginang bersama. Pada umumnya pemilik home industri rengginang hanya memasarkan kerupuk rengginang mentah/setengah jadi. Dengan kegiatan ini, penulis berinisiatif memberikan saran kepada pemilik home industry rengginang agar memasarkan juga kerupuk rengginang yang sudah matang atau siap langsung di konsumsi oleh konsumen. Setelah itu penulis melakukan pengemasan bersama pemilik home industri rengginang dengan kemasan yang menarik karena kemasan salah satu strategi untuk meningkatkan penjualan produk.



Gambar 1. Proses pengemasan rengginang

b. Strategi Pemasaran Online

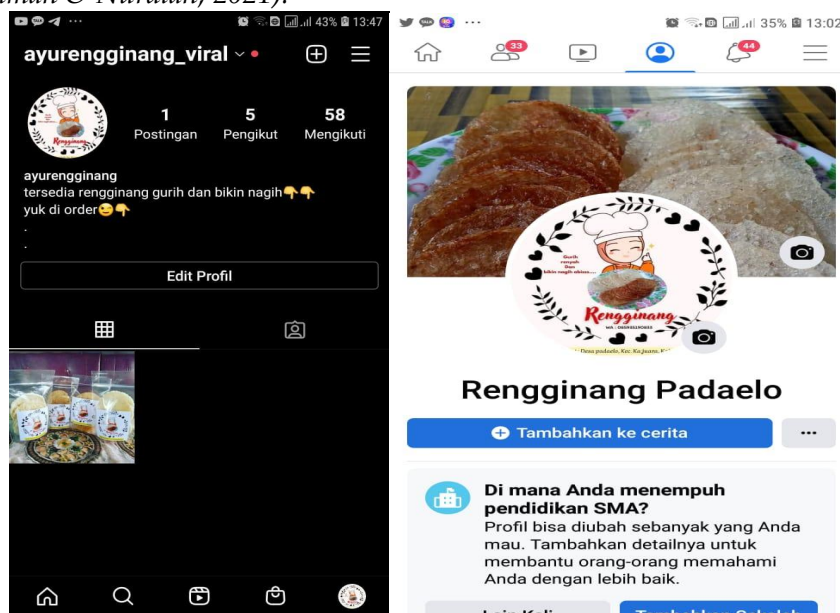
Pemasaran yang digunakan home industri rengginang di Desa Padaelo masih tradisional atau di pasarkan belum secara luas. Karena pemasaran produk ini masih dalam lingkup yang belum luas hanya dalam lingkungan sekitar saja. Pada saat ini teknologi semakin canggih dan maju seperti adanya sosial media yang memudahkan bagi para pelaku usaha dalam mempromosikan produk yang akan di pasarkan dan juga memudahkan para konsumen mengetahui dan menjangkau produk yang di pasarkan di sosial media.

Pemasaran produk secara online merupakan salah satu metode pemasaran produk yang didirikan sebagai respon terhadap perubahan zaman dan terobosan teknologi yang semakin canggih yang digunakan manusia untuk mempromosikan produk atau jasa melalui internet (Rudini et al., 2021). Oleh karena itu, penulis melakukan program kerja ini pada home industri rengginang untuk memaksimalkan dan meningkatkan penjual produknya dengan memanfaatkan sosial media. Sosial media yang kami gunakan adalah facebook dan instagram untuk pelaku usaha home industri rengginang dimana target masyarakat yang bisa menjangkau oleh para pelaku usaha rengginang yang baru memulai menggunakan pemasaran online sehingga bisa berkelanjutan dan bisa lebih mengembangkan lagi dalam memasarkan produk.

c. Pengenalan Media Sosial

Dengan kegiatan ini kami telah mengenalkan dan juga telah membuat akun media sosial dimana bertujuan untuk memaksimalkan pemasaran produk Kerupuk Rengginang di Desa Padaelo dengan memanfaatkan kemajuan teknologi sekarang. Mengingat bahwa populasi pengguna internet di seluruh dunia telah melampaui 4 miliar orang, banyak perusahaan berbondong-bondong untuk merangkul pemasaran online (Iswahyudi et al., 2020). Hasil dari semua kegiatan menunjukkan bahwa terjadi peningkatan dalam bidang pengetahuan, keterampilan dan juga meningkatkan jumlah produksi pada Produk Home Industri Rengginang di Desa Padaelo. Artinya jika produksi meningkat, maka penjualan juga jelas meningkat. Hal ini dikuatkan oleh penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa pelatihan tersebut digitalisasi marketing dapat mengenalkan masyarakat tentang online shop dan bisnis model kanvas (As'ary et al., 2021). Pemanfaatan digital marketing

pada E-commerce maupun media sosial sebagai sarana strategi penjualan yang efektif (Rahman & Nurdian, 2021).



Gambar 2. Media sosial

Selain itu, kegiatan ini akan mendongkrak semangat pemilik usaha rengginang untuk mandiri dan maju. Hal ini senada dengan penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa pendampingan pemasaran dengan memanfaatkan digital dapat meningkatkan keinginan untuk maju, sikap mental positif, pola pikir kritis yang pada akhirnya mampu mengembangkan diri dan lingkungan (Sukmasetya et al., 2020).

4. KESIMPULAN

Kegiatan pendampingan ini mampu meningkatkan penjualan produk yang di produksi oleh home industri rengginang di desa Padaelo Kecamatan Kajuara. Selain itu dapat meningkatkan dalam bidang pengetahuan serta keterampilan. Kegiatan ini juga mampu menumbuhkan semangat belajar dan kerja keras, keinginan untuk maju, sikap mental positif, dan pola pikir kritis, yang semuanya berkontribusi pada pengembangan pengembangan diri dan lingkungan. Pemasaran ini dapat membantu pemilik usaha rengginang dalam mendongkrak program kemandirian untuk setiap sasaran yang tampak lebih aktif.

DAFTAR PUSTAKA

- As'ary, M., Mugini, P., Fakhrurozi, M. F., Sugiarti, S., Utami, G. F., & Hapsari, D. R. (2021). Optimalisasi Potensi Home Industry melalui Digitalisasi Marketing (Kasus: Produksi Emping Rumahan Kampung Pagutan, Desa Sukakarta, Cianjur). *Jurnal Pusat Inovasi Masyarakat (PIM)*, 3(1), 91-101.
- Barnawi, B. (2020). Eksistensi Home Industri Kerajinan Anyaman Bambu di Heuleut Leuwimunding Majalengka di Era Revolusi Industri 4.0. *Etos*, 1(1), 34-42.
- Irmayanti, I., Yunisari, U., & Suriyati, S. (2023). Pendampingan Pemasaran Melalui Marketing Mix 4p Pada Produk UMKM dalam Menarik Minat Konsumen. *Jurnal Pelayanan Dan Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 2(1), 12-18.

- Iswahyudi, R., Rahayu, W. D., & Agustina, V. (2020). Pemberdayaan Home Industry Berbasis Digital Marketing Desa Jatimulyo. *Majalah Ilmiah Cahaya Ilmu*, 2(1), 90-97.
- Rahman, T., & Nurdian, Y. (2021). Pendampingan pemanfaatan teknologi digital untuk meningkatkan pemasaran toko roti di Pabian Sumenep. *Dinamisia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(3), 645-650.
- Rudini, A., Aryani, D., Saputri, E., Ilmi, F., Maulana, F., Wibawa, F. A., Ashari, R., Rusyani, R. N., & Angreni, S. D. (2021). Pendampingan Ukm Dalam Strategi Peningkatan Volume Penjualan Pada Produk Industri Rumahan Kerupuk Rengginang Cap Dua Bawang Produksi Mekar Jaya Di Sampit. *Profit: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 34-40.
- Sukmasetya, P., Haryanto, T., Sadewi, F. A., Maulida, R. B. G., Aliudin, H. S., & Sugiarto, B. (2020). Pemanfaatan Digital Marketing sebagai Media Pemasaran Global untuk Meningkatkan Penjualan Produksi pada Home Industry. *Community Empowerment*, 5(2), 28-35.
- Yuniarti, E., Dasir, D., & Herudiansyah, G. (2020). Inovasi Produk Rengginang Desa Budi Mulyo Banyuasin Sumatera Selatan. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 4(6), 1072-1084.
- Ilmiyah, F., W, S. N. A., N, I. A. Q., & Zunaidi, A. (2022). Sosialisasi Penanggulangan Tingginya Angka Pernikahan Dini di Desa Tambakrejo-Wonotirto-Blitar. *Komatika: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 29-33. <https://doi.org/10.34148/komatika.v2i2.508>
- Zunaidi, A. Maghfiroh, FL, Pendampingan Masyarakat Melalui Manajemen Fundraising dalam Upaya Menghimpun Dana dan Mempercepat Renovasi Pembangunan Masjid Baiturrahim Nganjuk. *Jurnal Ilmiah Pengabdhi*, Vol 8, No 1, 2022. <https://doi.org/10.21107/pangabdhi.v8i1.13915>
- Zunaidi, A. Rahmah, Risa. Salsabila, Salma., (2020). Meningkatkan Motivasi Akademis Selama Pandemi Pada Mahasiswa Baru Fakultas Febi Iain Kediri, *Jurnal Dedikasi PKM: Prodi Manajemen Universitas Pamulang* Vol 2, No 3 (2021) DOI: <http://dx.doi.org/10.32493/dedikasipkm.v2i3.12627>
- Zunaidi, A. (2022). Diklat Makalah Sebagai Implementasi Potensi Kepenulisan Dalam Upaya Meningkatkan Kualitas Mahasiswa Selama Pandemi Covid19. *Literasi: Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Inovasi*, 2(1), 1 - 7. <https://doi.org/10.58466/literasi.v2i1.151>
- Zunaidi, A. (2020). Meningkatkan Pemahaman Masyarakat tentang Peran Pegadaian Syariah dalam Menyukseskan Program Pemulihan Ekonomi Nasional pada Masa Pandemi Covid19. *Jurnal Ilmiah Pengabdhi*, Vol 7, No 2 DOI: <https://doi.org/10.21107/pangabdhi.v7i2.11424>