

## **PENINGKATAN STRATEGI PEMASARAN UNTUK PERLUASAN PASAR DAN DAYA SAING UMKM LARIS BAKERY SNACK AND COOKIES**

Damayanti Damayanti<sup>1)</sup>, Nabilla Erviana Putri<sup>2)</sup>, Dzurotun Nisa<sup>3)</sup>  
**Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis,  
Universitas YPPI Rembang**  
damayanti.untarini@gmail.com<sup>1)</sup>, nabillaerviana18@gmail.com<sup>2)</sup>,  
dzrtnnisa10@gmail.com<sup>3)</sup>

### **Abstract**

*Laris Bakery Snack and Cookies MSMEs is a business in the field of products and services in terms of providing or serving food requests, for various purposes such as rice boxes, bread, pastries and others. The problems faced by MSMEs are: (1) The location of Laris Bakery Snack and Cookies MSMEs is less strategic because it is in an alley, (2) Lack of product and service information regarding what customers want to order, (3) Lack of promotions to offer products and services. Some of the programs carried out by the service team include: (1) Making Stickers, Thank You Cards and Greeting Cards (2) Making Product Photos, (3) Making Brochures, (4) Making Instagram. One of the results of this community service activity program is that Laris Bakery Snack and Cookies MSMEs has a new face in terms of packaging, has attractive product photos, making brochures makes Laris Bakery Snack and Cookies MSMEs increasingly known to the public, creating Instagram for Laris Bakery Snack and Cookies MSMEs also help the online promotion process. Through improving marketing strategies, it is hoped that the market and competitive advantage for MSMEs can be expanded.*

**Keyword:** *Expansion, Marketing Strategy, competitiveness and MSMEs*

### **PENDAHULUAN**

Menurut data dari Kementerian Koperasi dan UKM, pada bulan Juni tahun 2022, terdapat lebih dari 64 juta UMKM di Indonesia. UMKM Indonesia tercatat mampu menyerap 97% tenaga kerja dari jumlah penduduk Indonesia serta menyumbang 60,3% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB). Hal tersebut membuktikan bahwa UMKM menjadi harapan Indonesia untuk tumbuh (Sari, 2023). Menurut UNCTAD (2022), data proporsi serapan tenaga kerja UMKM Indonesia merupakan yang paling besar di ASEAN. Namun, hal tersebut berbanding terbalik dengan besar kontribusi UMKM Indonesia terhadap jumlah ekspor nasional. Indonesia berkontribusi sebesar 14,4% terhadap ekspor nasional. Selain itu berdasarkan hasil survei *Sun Life* pada tahun 2022, yang dilakukan di 7 negara sebanyak 2.400 pelaku UMKM salah satunya Indonesia menunjukkan bahwa 95% UMKM mengharapkan bisnis UMKM mengalami peningkatan financial dan 94% pelaku UMKM yang menjadi responden memiliki rencana positif untuk menumbuhkan dan mengembangkan bisnis. Pengembangan bisnis UMKM salah satunya bisa dilakukan dengan melakukan perbaikan dan peningkatan strategi *marketing*.

Strategi pemasaran menurut Swasta (2008) adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan usaha melalui perencanaan, penentuan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa yang memuaskan dan memenuhi kebutuhan pembeli. Dari pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran memberikan arah dalam kaitannya dengan segmentasi pasar, identifikasi pasar sasaran, *positioning* dan bauran pemasaran. Selain itu digitalisasi pemasaran dan kapabilitas UMKM, seperti yang diungkapkan Aprilia (2021), berperan besar bagi ekspansi usaha UMKM. Bauran pemasaran dalam rangka meningkatkan volume penjualan sangat penting artinya bagi setiap perusahaan. Ketatnya persaingan di bidang pangan menjadikan perusahaan harus bekerja keras untuk dapat memenangkan persaingan (Oetama, 2023).

UMKM Laris *Bakery Snack and Cookies* sebagai UMKM yang telah lama beroperasi. UMKM Laris *Bakery Snack and Cookies* adalah usaha di bidang produk dan jasa dalam hal menyediakan atau melayani permintaan makanan, untuk berbagai macam keperluan seperti nasi *box*, roti, kue kering dan lain-lain. Kekuatan dari UMKM Laris *Bakery Snack and Cookies* adalah mempunyai rasa yang enak, harga terjangkau, ada fasilitas diskon, dan selalu melakukan inovasi untuk membuat jenis olahan baru. Kelemahan dari UMKM Laris *Bakery Snack and Cookies* adalah pada beberapa jenis produk yang ditawarkan bahan bakunya tidak tersedia di setiap waktu dan kemasan produk yang kurang menarik. Peluang usaha yaitu permintaan pasar yang terus meningkat dikarenakan banyaknya minat konsumen. Banyaknya testimoni dari pelanggan sehingga orang penasaran dengan produk dari Laris *Bakery Snack and Cookies*. Ancaman usaha yaitu banyaknya pesaing sesama jenis. Bermunculan UMKM baru yang menjadi ancaman khusus untuk pemain lama.

Berdasarkan hasil observasi dan analisis SWOT didapatkan beberapa permasalahan UMKM diantaranya: (1) Lokasi UMKM Laris *Bakery Snack and Cookies* yang kurang strategis karena berada di dalam gang, (2) Kurangnya informasi produk dan jasa terkait apa yang ingin dipesan pelanggan, (3) Kurangnya promosi untuk menawarkan produk dan jasa. Berdasarkan hasil analisis diatas, maka tim pengabdian tertarik untuk melakukan program pengabdian mengenai Perluasan Strategi *Marketing* pada UMKM Laris *Bakery Snack And Cookies*. Usaha pendampingan pada UMKM ini dengan mengembangkan usaha UMKM yang diwujudkan melalui kegiatan Kuliah Kerja Usaha, yang harapannya meningkatkan penjualan, kinerja UMKM, perluasan pasar dan peningkatan keuntungan serta berdaya saing jangka panjang.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Program pengabdian masyarakat yang dilaksanakan melalui Kuliah Kerja Usaha ini berlangsung selama satu bulan. Tahapan pelaksanaannya dalam program pengabdian ini meliputi:

1. Identifikasi Masalah melalui pra survey  
Melakukan wawancara dan observasi untuk menemukan permasalahan UMKM Laris *Bakery Snack And Cookies*.
2. Analisis SWOT  
Analisis SWOT untuk menentukan rencana dan program apa yang dibutuhkan UMKM Laris *Bakery Snack And Cookies*.
3. Penyusunan Program  
Program disusun sesuai permasalahan mitra UMKM Laris *Bakery Snack And Cookies* sehingga bermanfaat, tepat guna dan tepat sasaran.
4. Pelaksanaan Program  
Tim pengabdian masyarakat melakukan pelaksanaan program sesuai program yang telah disusun sebelumnya.
5. Pendampingan  
Tim Pengabdian masyarakat melakukan pendampingan setelah program-program dilaksanakan dengan tujuan agar semua program pengabdian bisa berjalan dengan baik dan tetap perlu pendampingan dan pengawasan dari tim.

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat yang diwujudkan dalam Kuliah Kerja Usaha ini sekitar satu bulan dengan mitra UMKM Krupuk Rambak Bawang Tambar yang mempunyai alamat di di Desa Mondoteko, Perumahan Puri Mondoteko Jl. Puri Utara III No. 52, Kecamatan Rembang, Kabupaten Rembang. Beberapa Program yang dilaksanakan untuk pengembangan strategi pemasaran, dijelaskan sebagai berikut:

1. Pembuatan Stiker Kemasan, Kartu ucapan dan *Thankyou card*  
Stiker kemasan, kartu ucapan dan *thankyou card* sebagai sarana untuk menarik minat *customer* untuk membeli produk pada UMKM Laris *Bakery Snack and Cookies*.



**Gambar 1. Stiker kemasan, Kartu Ucapan dan Thankyou Card**  
Sumber: Dokumentasi, 2023

2. Foto Produk *Hampers* Lebaran

Foto produk *hampers* yang di posting pada akun sosial media UMKM Laris *Bakery Snack and Cookies* sebagai sarana promosi untuk meningkatkan penjualan.



**Gambar 2 Foto Produk Hampers Lebaran**  
Sumber: Dokumentasi, 2023

3. Pembuatan Brosur

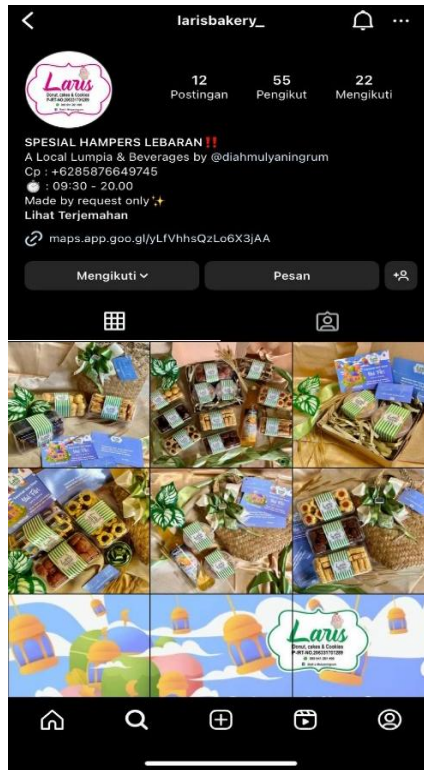
Brosur Sebagai media promosi bagi UMKM Laris *Bakery Snack and Cookies* agar lebih dikenal masyarakat.



**Gambar 3. Desain Brosur**  
Sumber: Dokumentasi, 2023

#### 4. Pembuatan Akun Sosial Media

Akun sosial media berupa Instagram menjadi media promosi online bagi UMKM Laris *Bakery Snack and Cookies* untuk menambah target pasar sehingga lebih luas lagi.



**Gambar 4. Akun Instagram UMKM**  
Sumber: Dokumentasi, 2023

#### SIMPULAN DAN SARAN

Tim Pengabdian melakukan analisis kebutuhan UMKM melalui analisis SWOT dengan melalui observasi dan pra survey di UMKM, dapat dirumuskan permasalahan yang dihadapi UMKM yaitu: (1) Lokasi UMKM Laris *Bakery Snack and Cookies* yang kurang strategis karena berada di dalam gang, (2) Kurangnya informasi produk dan jasa terkait apa yang ingin dipesan pelanggan, (3) Kurangnya promosi untuk menawarkan produk dan jasa. Beberapa program yang dilakukan oleh Tim pengabdian meliputi: (1) Pembuatan Stiker, *Thank You Card*, dan Kartu Ucapan (2) Pembuatan Foto Produk, (3) Pembuatan Brosur, (4) Pembuatan Instagram. Salah satu hasil dari program kegiatan pengabdian masyarakat ini yaitu UMKM Laris *Bakery Snack and Cookies* memiliki wajah baru dari segi pengemasan, memiliki foto-foto produk yang menarik, pembuatan brosur membuat UMKM Laris *Bakery Snack and Cookies* semakin dikenal masyarakat, pembuatan Instagram UMKM Laris *Bakery Snack and Cookies* juga membantu proses promosi via *online*. Harapannya harapannya meningkatkan penjualan, kinerja UMKM dan peningkatan keuntungan serta berdaya saing jangka panjang.

#### UCAPAN TERIMA KASIH

Tim pengabdian mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Universitas YPPI Rembang
2. UMKM Laris *Bakery Snack and Cookies*

## DAFTAR PUSTAKA

- Aprillia, H. (2021). Peningkatan Kapasitas UMKM Kuliner Melalui Pelatihan Digital Marketing. *JABN*, 2(2), 62-71. <https://doi.org/10.33005/jabn.v2i2.76>.
- Handoko, T. H., & Swasta, B. (2008). perilaku Konsumen. *Yogyakarta: BPFE*, 8.Sari, P. N., Andrayani, D., Nurhadi, A., & Janvierna, M. F. (2023). Sosialisasi Strategi Pemasaran Dalam Rangka Optimalisasi Keuntungan Umkm Kecamatan Rancabungur Melalui Perluasan Pasar Di Dunia Digital. *Jurnal Abdimas Ilmiah Citra Bakti*, 4(2), 162-173.
- Oetama, S., Irsyad, A. F., Yono, E. H., Anjasari, D. P., Anggraini, D. A., Mayuri, E., & Suwanti, T. (2023). Pendampingan Umkm Dalam Strategi Meningkatkan Penjualan Melalui Strategi Promosi Pada Usaha Produksi Kripik Kelakai “Uma” Di Sampit. *Profit: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 78-83.
- Widia, E. (2021). Diseminasi Penggunaan Sosial Media dalam Perluasan Sebaran Pemasaran pada Produk UMKM. *Dharma: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 99-114.
- Yarlina, V. P., & Huda, S. (2021). Strategi perluasan pasar produk pangan lokal umkm dan industri rumah tangga melalui media sosial dan e-commerce. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 5(6), 3465-3475.