

Strategi Promosi melalui Media Sosial Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Produk UMKM Bawang Merah Rinings

Pramesti Intan Destari & Siti Ning Farida

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, Indonesia

21042010247@student.upnjatim.ac.id, siti_farida.adbis@upnjatim.ac.id

ABSTRAK

Strategi promosi adalah langkah awal dalam mengenalkan produk kepada konsumen secara luas. Hal ini dinilai penting karena berhubungan dengan keuntungan-keuntungan yang akan diperoleh owner bisnis. Pemasaran produk bawang goreng rinings ini dilakukan secara online dan offline. Secara online bu Rining memasarkan produknya melalui media sosial whatsapp, tiktok dan instagram. Sedangkan pemasaran onlinenya yaitu melalui bantuan dinas-dinas yang ada di nganjuk, dan di jual ketika ada kegiatan pameran di Kabupaten Nganjuk. Metode Penelitian yang dipilih dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan tipe deskriptif. Peneliti melakukan observasi secara langsung pada owner bawang merah rinings yang berlokasi di JL. MT. Haryono No.19, Ploso, Nganjuk. Hasil dari penelitian ini yaitu bu Rining sudah memanfaatkan media sosial untuk memperkenalkan produknya ke masyarakat secara luas, sehingga penjualan produk dari tahun 2023 – 2024 mengalami kenaikan kurang lebih 25%.

Kata Kunci: Promotion Strategy; Social Media; Rinings Fried Shallots

ABSTRACT

Promotional strategies are the first step in introducing products to consumers widely. This is considered important because it is related to the benefits that the business owner will obtain. Marketing of Rinings fried onion products is carried out online and offline. Online, Mrs. Rining markets her products through social media WhatsApp, TikTok and Instagram. Meanwhile, online marketing is through the assistance of the agencies in Nganjuk, and sold when there are exhibition activities in Nganjuk Regency. The research method chosen in this research is qualitative with a descriptive type. Researchers conducted direct observations on the owner of Bawang Merah Rinings located on JL. MT. Haryono No. 19, Ploso, Nganjuk. The results of this research are that Mrs. Rining has used social media to introduce her products to the wider community, so that product sales from 2023 - 2024 will increase by approximately 25%.

Keywords: Promotion Strategy; Social Media; Rinings Fried Shallot



PENDAHULUAN

Strategi periklanan atau promosi dinilai penting karena berkaitan dengan keuntungan yang diterima pemilik usaha. Strategi periklanan paling baik dilakukan bila didukung oleh rencana terstruktur. Strategi periklanan adalah kegiatan yang direncanakan dengan tujuan membujuk dan merangsang konsumen agar membeli produk yang ditawarkan. Kegiatan strategi promosi ini diharapkan dapat mengingatkan konsumen terhadap barang dan jasa yang dihasilkan, meningkatkan daya tariknya. Tentu saja perusahaan tidak bisa melepaskan diri dari persaingan. Mengingat berkembangnya bisnis beberapa UMKM yang menawarkan produk yang sama.

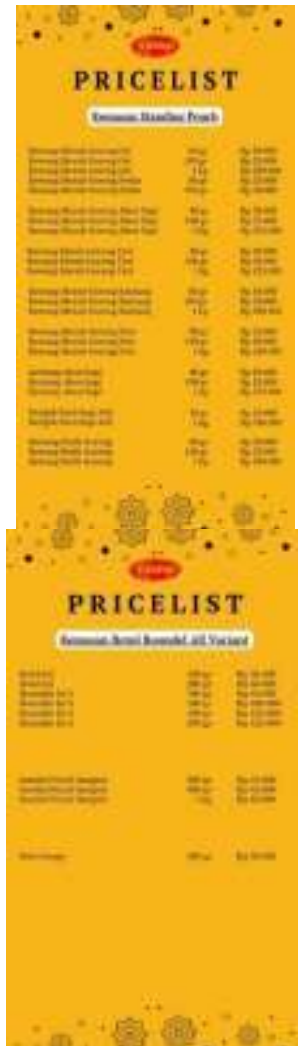
Media sosial merupakan media yang bisa diakses oleh semua khalayak. Dalam dunia bisnis media sosial turut berperan aktif dalam mengembangkan bisnis. Dengan adanya media sosial tentu akan membuat pemasaran menjadi efektif, meningkatkan visitabilitas, memudahkan interaksi dengan pelanggan walaupun terhalang jarak yang jauh, dan dapat membangun komunitas untuk meningkatkan loyalitas pelanggan. Dengan memanfaatkan media sosial secara optimal, bisnis dapat meningkat sehingga akan mudah melakukan daya saing dengan kompetitor di pasar.

Kabupaten Nganjuk merupakan kabupaten di Provinsi Jawa Timur. Kabupaten Nganjuk terkenal dengan wilayah pertaniannya yang luas, sehingga sebagian besar penduduknya bermata pencaharian sebagai petani atau pekebun. Selain padi, Kabupaten Nganjuk juga menghasilkan produk pertanian seperti melon dan bawang merah. Kabupaten Nganjuk merupakan salah satu sentra budidaya bawang merah di Jawa Timur. Bahkan, wilayah ini menduduki peringkat ke-5 dari 10 daerah penghasil bawang merah terbesar di Indonesia.

Dalam konteks ini, Bu Rining akhirnya mencoba memanfaatkan situasi tersebut dan memproduksi bawang merah goreng.

Bawang merah goreng rinings adalah produk UMKM di Kabupaten Nganjuk. Nama bawang merah rinings ini diambil dari ownernya yang bernama ibu Rining dan untuk brandnya yaitu rumah brambang rinings. Produk bawang merah rinings ini sudah dipasarkan di media online seperti whatsapp, instagram dan tiktok. Produk yang dijual di rumah bawang merah rinings ini memiliki 2 kemasan yaitu standing pouch dan kemasan botol boundel all varian. Terdapat beberapa varian diantaranya yaitu bawang merah goreng ori, pedas, abon sapi, teri, kentang, pete, abon sapi, keripik paru sapi asli, bawang putih goreng, sambel pecel sangria, dan pete crispy. Olahan bawang ini pertama kali dibuat pada tahun 2016. Sampai saat ini bu Rining memiliki 4 karyawan yang sudah dibina. Produk bawang merah goreng rinings ini sudah dipasarkan secara online dan offline, dan untuk pemasaran online sudah hamper diseluruh Indonesia dan terakhir pengirimannya yaitu sampai ke Aceh.

Berdasarkan pricelist diatas dapat diketahui bahwa bawang merah rinings sudah memiliki banyak varian bawang merah goreng maupun bawang putih goreng. Baik kemasan standing pouch maupun kemasan botol boundel all varian memiliki rasa dan kualitas yang sama karena produk di rumah bawang merah rinings ini diproduksi dengan bahan berkualitas sehingga membuahkan hasil produk yang premium. Kemasan paling kecil yaitu berukuran 80 gr dan kemasan paling besar yaitu 1 kg. Dari berbagai varian diatas produk yang diminati oleh konsumen adalah produk bawang merah goreng.



Sumber: data diolah penulis

Gambar 1. Pricelist bawang merah goreng rinings

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang diterapkan dalam penelitian ini adalah kualitatif deskriptif. Penelitian kualitatif dilakukan dalam kondisi alamiah sesuai data di lapangan. Dalam penelitian kualitatif, penulis merupakan instrumen yang penting, sehingga harus mempunyai landasan teori dan keluasan pengetahuan yang memungkinkannya mengajukan pertanyaan serta menganalisis dan menafsirkan objek kajian dengan jelas. Dalam investigasi ini penulis mewawancarai bu Rining sebagai owner. Untuk menganalisis data

penelitian ini, penulis bertujuan untuk membuat gambaran yang sistematis, berdasarkan fakta dan akurat berdasarkan fakta di lapangan. Berdasarkan hal tersebut, peneliti mencoba mencari strategi periklanan media sosial untuk meningkatkan penjualan melalui media sosial Instagram. Subyek pemeriksaan ini adalah pemilik JL MT Haryono No. 19, Proso, Nganjuk.

HASIL DAN PEMBAHASAN

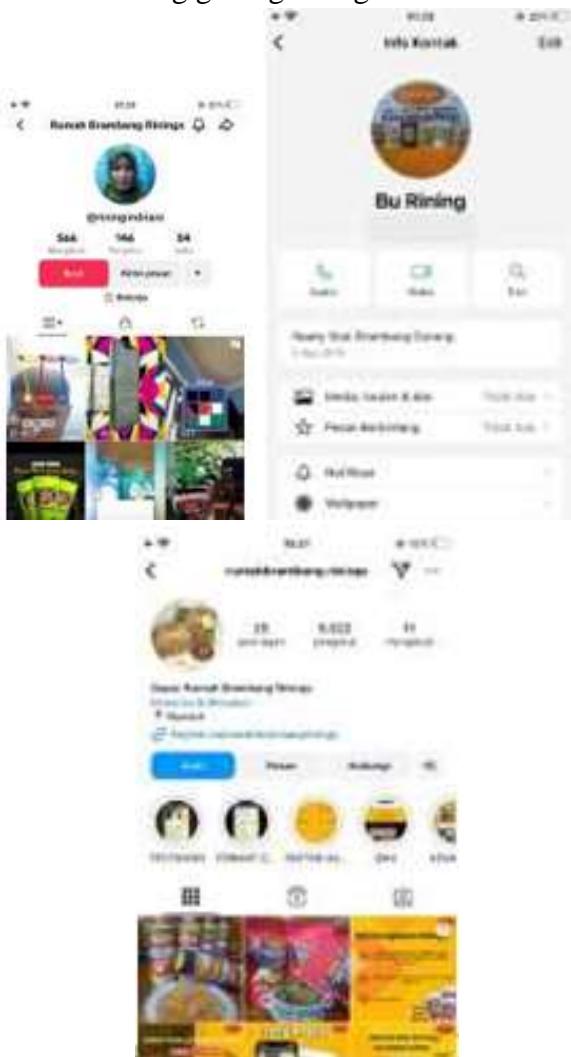
Produk bawang merah goreng Rinings dijual secara online dan offline. Pemasaran online dilakukan melalui berbagai media sosial seperti WhatsApp, TikTok, dan Instagram. Sedangkan pemasaran secara offline dilakukan pada berbagai kegiatan pameran di Kabupaten Nganjuk, dan selanjutnya produk bawang merah goreng rinings juga dijual di berbagai distributor di Kabupaten Nganjuk. Dengan pemasaran online dan offline, Ibu Rining pasti akan mendapatkan keuntungan yang besar. Berikut tabel penjualan produk bawang goreng rinings dari tahun 2023 hingga 2024:

Tabel 1. Data Penjualan

BULAN	PENJUALAN	
	2023	2024
Januari	Rp 3.000.000	Rp 4.500.000
Februari	Rp 3.000.000	Rp 5.500.000
Maret	Rp 4.000.000	Rp 4.000.000
April	Rp 4.000.000	Rp 4.500.000
Mei	Rp 5.000.000	Rp 4.500.000
Juni	Rp 4.000.000	Rp 6.000.000
Juli	Rp 4.000.000	Rp 6.000.000
Agustus	Rp 5.000.000	Rp 6.000.000
September	Rp 4.000.000	Rp 5.000.000
Oktober	Rp 5.000.000	-
November	Rp 4.000.000	-
Desember	Rp 4.000.000	-
Rata-Rata	Rp. 4.000.000	Rp 5.111.000

Sumber : data diolah penulis

Dari hasil data penjualan diatas dapat disimpulkan bahwa penjualan bawang goreng rinings mengalami kenaikan sebesar 25% dari tahun 2023 ke tahun 2024. Rata- rata penjualan tersebut naik dikarena adanya strategi promosi dari berbagai media sosial seperti whatsapp, tiktok dan instagram. Bu Rining memanfaatkan penggunaan media sosial agar produk bawang merah gorengnya dapat dikenal oleh masyarakat secara luas. Berikut merupakan sosial media bu rining untuk memasarkan produk bawang goreng rinings:



Gambar 2. Media sosial bawang merah rinings

Sumber: data diolah oleh penulis

Tiga media sosial diatas sangat membantu bu Rining dalam memperkenalkan produknya ke masyarakat secara luas, karena ketiga media sosial tersebut saat ini sedang trend. Dengan memanfaatkan ketiga media sosial tersebut secara optimal tentu akan memberikan keuntungan yang besar dalam bisnis bawang merah rinings. Dari ketiga media sosial diatas dapat diambil kesimpulan bahwa banyak masyarakat yang mengenal produk bawang merah rinings, hal tersebut diketahui dari jumlah followers maupun testimony yang disajikan oleh admin bawang merah rinings.

Berikut merupakan beberapa testimony dari pelanggan bu Rining pada gambar 3. Berdasarkan testimony pada gambar 3 dapat disimpulkan bahwasanya bu Rining sudah memiliki banyak pelanggan. Dari berbagai testimony tersebut bu Rining bisa memperbaiki kualitas produk serta bisa melakukan inovasi produk agar produknya bisa berkembang. Selain itu dengan adanya testimony tentu akan membuat konsumen lain untuk membeli produknya, sehingga hal tersebut akan membuat konsumen loyal.



Gambar 3. Customer Testimonial
Sumber: data diolah oleh penulis



Gambar 4. Pembuatan bawang goreng
Sumber: data diolah oleh penulis



Sumber: data diolah oleh penulis
Gambar 5. Dokumentasi dengan bu Rining

KESIMPULAN

Strategi periklanan atau promosi adalah cara ampuh untuk mengembangkan bisnis, karena dengan adanya strategi promosi yang optimal, produk akan dikenal oleh masyarakat secara luas. UMKM bu Rining sudah berupaya menggunakan media sosial untuk mengenalkan produknya, media sosial yang digunakan yaitu whatsapp, tiktok dan instagram. Bu rining tidak memiliki jadwal upload secara aktif karena beliau belum memiliki tim untuk mengolah media sosial tersebut. Namun hal itu tidak mempengaruhi penjualan produk bawang merah rinings, karena berdasarkan testimoni yang diberikan oleh para konsumen dapat dilihat bahwasanya sudah banyak masyarakat yang mengenal produknya bu rining. Pemasaran bawang merah goreng rinings ini dilakukan secara online maupun offline, untuk pemasaran

onlinya sudah hampir diseluruh Indonesia. Pemasaran online sangat membantu bu Rining, dengan adanya pemasaran online ini bu Rining mendapatkan banyak keuntungan, sehingga dari tahun 2023 – 2024 penjualan produk bawang merah goreng rinings mengalami peningkatan kurang lebih 25%. Hal tersebut menunjukkan bahwa media sosial sangat berpengaruh terhadap perkembangan bisnis bawang merah rinings.

UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis mengucapkan terimakasih kepada Ibu Siti Ning Farida selaku dosen pembimbing dalam pembuatan jurnal ini. Penulis juga mengucapkan terimakasih kepada bapak Cuk Widiyanto selaku Kepala DINKOPUM Kabupaten Nganjuk untuk memberikan arahan terkait UMKM di Kabupaten Nganjuk. Penulis juga mengucapkan terimakasih kepada bapak herry selaku karyawan di Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Nganjuk karena sudah banyak membantu dalam penyusunan jurnal penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Sutandar, Erman, Dkk. 2022. Strategi Promosi untuk meningkatkan Jumlah Nasabah pada PT. BANK Tabungan Negara. *Jurnal Manajemen, Organisasi dan Bisnis*. 11 (01), 61- 69.
- Kustiawan, Winda, Dkk. 2022. Media Sosial dan Jejaring Sosial. *Jurnal Perpustakaan dan Informasi*. 2 (1), 26-30
- Nur Uyun, Niken Dima, Dwiridotjahjono, Jojok. 2022. Strategi Promosi Melalui “Media Sosial Instagram” Dalam Meningkatkan Volume Penjualan. *Jurnal Pemasaran*. 5 (3), 356-365.
- Wikipedia. https://id.m.wikipedia.org/wiki/Kabupaten_Nganjuk