

Pendampingan Pemasaran Usaha Kangen Water Melalui Strategi Pemasaran Digital

Marketing Assistance for Kangen Water Business Through Digital Marketing Strategy

Adin Zuana Zalillah¹

¹Universitas Djuanda Bogor, Jl. Tol Ciawi No. 1 Kotak Pos 35 Ciawi Bogor 16720, e-mail: Adinzuana01@gmail.com

(Diterima: 05-12-2021; Ditelaah: 15-02-2022; Disetujui: 07-04-2022)

Abstrak

Strategi pemasaran adalah suatu pendekatan pokok yang akan digunakan oleh unit bisnis untuk mencapai sasaran yang telah ditetapkan terlebih dahulu, yang mana di dalamnya terdapat keputusan-keputusan pokok mengenai target pasar, penempatan produk di pasar, bauran pemasaran dan tingkat biaya pemasaran yang diperlukan. Air mineral adalah suatu kebutuhan pokok bagi tubuh manusia, karena manusia tidak boleh kehilangan cairan di dalam tubuh agar selalu sehat. Salah satu jenis air mineral yang sudah banyak beredar dikalangan masyarakat adalah "kangen water" yaitu air alkali yang telah diproses menggunakan mesin dan dipercaya bisa menjaga daya tahan tubuh. Namun kangen water ini masih belum banyak dikenal masyarakat dan sedang dikembangkan oleh salah satu pemilik usaha di Desa Banjarwangi. Adanya pandemi covid-19 berdampak pada tingkat penjualan usaha kangen water mengalami penurunan. Hasil pemilihan pemasaran online melalui media sosial bisa berkembang secara luas di masyarakat dengan adanya pemasaran melalui media sosial. Metode yang dilakukan yaitu dengan sosialisasi tentang marketplace yang berkaitan tentang pemasaran produk kangen water. Setelah dilaksanakan program ini hasil yang didapatkan adalah pemasaran produk kangen water bisa lebih dikenal di kalangan masyarakat dengan media sosial melalui instagram dan facebook.

Kata kunci: *New Normal, Pemasaran Online, Usaha Kangen Water*

Abstract

A marketing strategy is a basic approach that will be used by a business unit to achieve a pre-set goal, in which there are key decisions regarding the target market, product placement in the market, the marketing mix and the level of marketing costs required. Mineral water is a basic necessity for the human body, because humans should not lose fluids in the body in order to always be healthy. One type of mineral water that has been widely circulated among the community is "kangen water" which is alkaline water that has been processed using machines and is believed to be biased to maintain the endurance of the body. However, this water is still not widely known to the public and is being developed by one of the business owners in Banjarwangi Village. The covid-19 pandemic has led to a decline in sales of kangen water businesses. The results of online marketing through social media can be widely developed in the community with the use of marketing through social media. I don't want The method is to socialize about the marketplace related to the marketing of kangen water products. After the implementation of this program the results obtained is the marketing of kangen water bias products more well known among the public with social media through instagram, as well as facebook.

Keywords: *Kangen Water Business, New Normal, Online Marketing*

PENDAHULUAN

Peningkatan perekonomian adalah suatu perubahan jenjang atau perbaikan kondisi dari perekonomian yang lemah kearah perekonomian yang lebih baik atau mengalami kemajuan dari sebelumnya. Pengembangan ekonomi lokal perlu diarahkan untuk mendukung perkembangan sektor-sektor ekonomi yang mempunyai potensi menciptakan kesempatan kerja yang luas dan memiliki prospek yang baik dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat di suatu wilayah (Humaira, dkk, 2019).

Di masa kini, metode pemasaran telah menjadi hal penting sebab bersumber pada kreativitas para pemilik usaha untuk dapat menarik perhatian masyarakat. Peran pemasaran produk ini akan menjadi semakin penting di masa mendatang, karena dalam pemasaran juga membutuhkan sebuah inovasi baru agar produk memiliki ciri khas tersendiri sehingga lebih mudah untuk dapat dikenal (Wibowo, Arifin & Sunarti, 2015).

Desa Banjarwangi adalah desa yang berada didataran rendah dengan kualitas tanah yang subur. Kebanyakan masyarakat adalah seorang petani, sehingga masih jarang diantara mereka yang memiliki usaha yang lain. Padahal banyak di antara mereka yang memiliki peluang untuk membuka usaha baru memberikan nilai ekonomi bagi masyarakat.

Lokasi yang dijadikan tempat pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat (PKM) adalah Desa Banjarwangi, Kecamatan Ciawi, Kabupaten Bogor, Provinsi Jawa Barat. Alasan dipilih Desa Banjarwangi sebagai tempat pelaksanaan PKM adalah karena kategori desa tersebut merupakan desa yang kurang akan pemahaman teknologi dan pemasaran, sehingga memerlukan bantuan untuk mengembangkan potensi-potensi desa tersebut.

Program yang dilakukan penulis berupa program pendampingan ekonomi masyarakat dengan cara membantu pemasaran produk berupa air berjenis alkali atau yang biasa disebut dengan kangen water. Namun, masyarakat kurang mengerti cara pemasaran yang baik untuk zaman digital seperti sekarang ini, sehingga perlu adanya bimbingan atau pendampingan kepada masyarakat untuk memanfaatkan potensi yang ada. Salah satunya dengan mempromosikannya melalui media sosial seperti facebook dan juga instagram.

Kangen water air alkali yang dihasilkan dari mesin purifikasi air yang baik bagi Kesehatan. Manfaat yang terkandung dalam kangen water adalah membantu menormalkan gula darah dan kadar insulin, membantu menormalkan gula darah, memperlancar sistem pencernaan, menetralkan asam lambung, dan sebagainya. Bahkan beberapa Negara maju juga telah mengkonsumsi kangen water ini untuk kehidupan sehari-hari, seperti Amerika dan juga Jepang.

METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan yang dilakukan penulis berupa program pendampingan pemasaran produk masyarakat dengan cara mencari usaha mikro kecil menengah yang akan mengembangkan potensi yang mereka miliki dan salah satunya adalah kangen water. Program pemasaran produk kangen water memanfaatkan media sosial yang sering digunakan oleh kalangan masyarakat seperti facebook dan instagram. Dengan adanya pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bermunculan ide untuk mengembangkan usaha kecil menengah ke bawah dengan memanfaatkan media sosial sebagai wadah untuk promosi. Apalagi di kala *new normal* masyarakat pengguna sosial media semakin meningkat.

HASIL & PEMBAHASAN

Berikut tahap pelaksanaan program pendampingan pemasaran digital usaha kangen water.

1) Tahap Memahami Solusi

Dalam tahap ini penulis memahami permasalahan dengan melakukan survei kepada masyarakat sekitar Desa Banjarwangi dalam rangka melakukan identifikasi masalah yang ada. Sehingga penulis dapat merencanakan solusi untuk mengatasi masalah tersebut. Setelah melakukan identifikasi, ditemukan bahwa permasalahan yang ada di Desa Banjarwangi adalah kurangnya pemahaman akan pemasaran dan penggunaan media sosial untuk mempromosikan produk.

2) Tahap Membuat Solusi

Dalam tahap membuat solusi terbagi menjadi beberapa tahap diantaranya:

a) Survei Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

Survei UMKM dilaksanakan di wilayah Desa Banjarwangi. Pelaksanaan survei dilakukan dengan cara melihat potensi usaha yang dimiliki oleh masyarakat Desa Banjarwangi, kemudian mencari tahu peluang yang dimiliki oleh masing-masing UMKM, salah satu di antaranya adalah kangen water milik pak Ahmad. Beliau baru memulai usaha kangen water namun masih kurang dalam metode pemasaran produk.

Berdasarkan hasil survei yang dilakukan oleh peserta PKM, banyak UMKM yang memiliki potensi untuk mengembangkan produk mereka. Namun hanya sedikit dari masyarakat yang ingin mengubahnya, oleh karena itu kami hanya memilih beberapa UMKM yang akan kami bantu dalam pemasaran produknya, salah satunya adalah produk kangen water. Kangen water sendiri memiliki banyak khasiat yang baik untuk kesehatan, dan itu akan menjadi nilai tambahan bagi produk.

b) Pengembangan Pemasaran Produk

Dalam pengembangan pemasaran produk kangen water ini penulis juga meminta bantuan kepada RT setempat untuk membantu mempromosikan kepada masyarakat sekitar. Selain itu, penulis juga memanfaatkan teknologi media sosial dalam pemasaran produk agar produk dapat lebih mudah diketahui oleh banyak orang.

c) Membuat Akun Media Sosial

Setelah menemukan UMKM, langkah selanjutnya adalah membuat akun sosial media yang akan dikelola oleh pak ahmad dalam membantu melancarkan kegiatan pemasaran produk. Adapun akun media sosial yang digunakan adalah facebook dan instagram, karena kedua media sosial tersebut yang memiliki pengaruh cukup besar dalam pemasaran produk. Tak hanya membuat akun media sosial akan tetapi penulis juga memberikan sedikit pemahaman dalam penggunaan media sosial tersebut agar pak ahmad lebih mudah dalam memasarkan produknya.

d) Memberikan Informasi Kepada Masyarakat

Setelah melakukan survei lokasi, pengembangan produk dan pemasaran produk penulis melakukan koordinasi dengan tokoh masyarakat setempat agar dapat mendukung dan membantu mempromosikan produk kangen water agar dapat lebih dikenal oleh masyarakat.

3) Tahap Melaksanakan Solusi

Dalam melaksanakan solusi dilakukan dengan pendampingan pemasaran produk kangen water pada tanggal 23 Oktober 2020. Pendampingan pemasaran produk ini dilaksanakan di kediaman pak ahmad selaku pemilik usaha kangen water. Sebelum memulai mempromosikan produk melalui sosial media penulis menyampaikan tata cara penggunaan media sosial terlebih dahulu. Langkah selanjutnya adalah membuat akun sosial media berupa facebook dan juga instagram, tak lupa penulis juga membantu untuk melengkapi bio yang ada di akun tersebut. Kemudian mengunggah beberapa foto untuk memperkenalkan produk kangen water kepada para pengguna media sosial tersebut. Hal ini dilakukan sebagai bentuk strategi pemasaran yang dapat membantu peningkatan usaha produk kangen water. Strategi pemasaran adalah faktor penentu berhasilnya sebuah usaha karena strategi pemasaran adalah ujung tombak dari suatu usaha, apabila dalam suatu usaha tidak memiliki strategi pemasaran maka usaha yang dijalankan sulit untuk berkembang bahkan dapat termakan oleh waktu.

KESIMPULAN

Antusias masyarakat yang berada di Desa Banjarwangi dalam membuka Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) sangatlah tinggi, salah satunya adalah usaha kangen water. Namun, masih kurangnya pengetahuan yang harus dipelajari oleh pemilik UMKM sebagai dasar berwirausaha, penulis selaku peserta Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) membantu memberikan solusi dengan memberikan pemahaman akan strategi pemasaran melalui media sosial seperti Facebook dan Instagram.

Dengan adanya program PKM ini diharapkan dapat membantu usaha kangen water dalam memasarkan produknya sehingga dapat lebih dikenal oleh semua kalangan masyarakat dan memberikan pengetahuan kepada pemilik usaha akan strategi pemasaran melalui media sosial khususnya facebook dan instagram, sehingga produk tersebut dapat dijangkau secara luas.

Agar bisa meningkatkan perekonomian masyarakat di Desa Banjarwangi perlu adanya pembinaan dari pemerintah setempat mengenai ilmu pengetahuan, pembelajaran, bantuan sarana dan prasarana serta diharapkan pemerintah setempat dapat menggali potensi masyarakatnya dengan memberikan berbagai pelatihan pemasaran baik secara online maupun offline, sehingga para pelaku UMKM memiliki peluang untuk mengembangkan usahanya di masa new normal.

DAFTAR PUSTAKA

- Humaira, Dkk. (2019). Kerajinan Tangan Berbahan Dasar Koran Sebagai Alat Peningkatan Ekonomi. *Qardhul Hasan: Media Pengabdian kepada Masyarakat*.
- Wibowo, D.H., Arifin, Z., dan Sunarti. (2015). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM (Studi Pada Batik Diajeng Solo). Vol. 29 No.1.