

Pelatihan Pemasaran Pembuatan Kemasan UMKM Di Kelurahan Lelamase

**Sri Ernawati¹, Risma Damayanti², Uswatul Hasanah³,
Imel Putri Cahyati⁴, Susilo⁵, Nur Ayu⁶**

Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Bima

Email: sriernawati.stiebima@gmail.com¹, uswatulhasanah.stiebima@gmail.com²,
rismadamayanti.stibima21@gmail.com³, imelputricahyati.stiebima21@gmail.com⁴,
susilo.stiebima21@gmail.com⁵, nurayu.stiebima21@gmail.com⁶

Received: Desember 01, 2024
Reviewed: Desember 02, 2024;
Accepted: Desember 05, 2024;
Published: Desember 07, 2024;
DOI: <https://doi.org/10.61930/melayani>



Copyright ©2024 by Sri Ernawati, et.al. This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License. All writings published in this journal are personal views of the authors and do not represent the views of this journal and the author's affiliated institutions.

Abstrak

Pelatihan pemasaran dan pembuatan kemasan bagi UMKM tenun di kelurahan lelamase bertujuan untuk meningkatkan daya saing produk lokal di pasar domestik dan internasional. Kegiatan ini memberikan pengetahuan kepada pelaku UMKM tentang strategi pemasaran digital, pengembangan brand, dan inovasi desain kemasan agar produk tenun lebih menarik bagi konsumen modern. Materi pelatihan meliputi identifikasi target pasar, pemanfaatan media sosial, serta pembuatan desain kemasan yang sesuai dengan karakteristik dan nilai produk tenun. Dengan adanya pelatihan ini, UMKM diharapkan dapat meningkatkan kualitas produk dan memperluas jangkauan pasar, sehingga turut berkontribusi dalam meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat lokal dan menjaga keberlanjutan warisan budaya tenun.

Kata kunci: *Pelatihan, Pemasaran, UMKM*

Abstract

Marketing and packaging training for weaving MSMEs aims to increase the competitiveness of local products in the domestic and international markets. This activity provides knowledge to MSME actors about digital marketing strategies, brand development, and packaging design innovations so that woven products are more attractive to modern consumers. The training material includes identifying the target market, using social media, and making packaging designs that are in accordance with the characteristics and values of woven products. With this training, MSMEs are expected to improve product quality and expand market reach, thereby contributing to improving the economic welfare of local communities and maintaining the sustainability of weaving cultural heritage.

Keywords: *Training, Marketing, MSMEs*

PENDAHULUAN

UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) tenun memiliki peran penting dalam pelestarian budaya serta kontribusi pada perekonomian lokal dan nasional. Tenun sebagai warisan budaya memiliki nilai seni dan estetika tinggi, namun sering kali produk ini belum mampu bersaing di pasar yang lebih luas. Tantangan yang dihadapi oleh UMKM tenun meliputi keterbatasan dalam strategi pemasaran serta kurangnya pemahaman dalam menciptakan kemasan yang menarik dan sesuai dengan preferensi konsumen modern.

Pelatihan pemasaran dan pembuatan kemasan ini diselenggarakan untuk memberikan wawasan dan keterampilan yang dibutuhkan oleh para pelaku UMKM tenun agar produk mereka lebih dikenal dan diminati. Melalui strategi pemasaran yang efektif dan kemasan yang inovatif, produk tenun dapat memiliki nilai tambah serta mampu menjangkau pasar yang lebih luas, baik nasional maupun internasional. Pelatihan ini meliputi materi tentang pemasaran digital, branding, serta teknik desain kemasan yang mampu menarik minat konsumen tanpa menghilangkan unsur budaya yang melekat pada produk tenun.

METODE PELAKSAAN

Agar usaha tenun dapat berkembang dan bersaing di pasar yang lebih luas, pelatihan dan pemasaran harus dirancang secara efektif. Metode pelatihan dan pemasaran usaha tenun yang tepat dapat membantu pelaku UMKM dalam memaksimalkan potensi produk mereka. Berikut adalah metode yang dapat diterapkan:

1. Pelatihan Pemasaran Digital dan Branding Produk

- Pengenalan Platform Digital: Pelatihan meliputi pengenalan platform seperti Instagram, Facebook, dan marketplace lokal yang banyak digunakan oleh target pasar potensial.
- Pengembangan Konten Kreatif: Membuat konten menarik dan relevan melalui foto, video, dan cerita produk yang mampu mengedukasi konsumen tentang nilai dan proses pembuatan tenun.
- Strategi Branding: Umkm dilatih untuk menciptakan identitas merek yang konsisten, seperti logo, warna, dan pesan merek yang mencerminkan keunikan produk tenun.



Gambar 1 penyampaian pemasaran

2. Workshop Desain Kemasan

- Desain Visual Kemasan: Sesi ini bertujuan untuk membantu umkm memahami prinsip-prinsip desain kemasan, termasuk pemilihan warna, bahan, dan elemen visual yang relevan dengan nilai budaya tenun.

- Praktik Pembuatan Kemasan Sederhana: Peserta belajar membuat kemasan yang estetis, fungsional, dan ramah lingkungan yang dapat menarik perhatian konsumen sekaligus menjaga kualitas produk.



Gambar 3 desain kemasan

3. Studi Kasus Pemasaran Sukses UMKM Tenun
 - Pembelajaran dari UMKM yang Berhasil: Melalui studi kasus, peserta bisa belajar dari pengalaman UMKM tenun yang telah sukses dalam pemasaran, baik lokal maupun internasional.
 - Analisis Kebutuhan Pasar dan Tren: Mempelajari kebutuhan pasar untuk memproduksi tenun dengan motif atau warna yang sedang tren tanpa kehilangan identitas tradisionalnya.
4. Sesi Simulasi Penjualan dan Manajemen Hubungan Pelanggan
 - Simulasi Interaksi dengan Pelanggan: Sesi ini mengajarkan cara berkomunikasi dengan pelanggan, menangani keluhan, serta memberikan layanan yang baik untuk meningkatkan loyalitas pelanggan.
 - Pengelolaan Database Pelanggan: Membangun dan mengelola database pelanggan, termasuk memanfaatkan testimoni positif dan pembaruan produk untuk menarik konsumen lama dan baru.

Dengan metode pelatihan dan pemasaran ini, diharapkan pelaku usaha tenun dapat mengoptimalkan potensi produk mereka, membangun merek yang kuat, dan meraih pasar yang lebih luas baik secara nasional maupun internasional.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelatihan pemasaran dan pembuatan kemasan untuk UMKM tenun menunjukkan hasil positif dalam peningkatan keterampilan dan kesadaran pelaku usaha terhadap pentingnya strategi pemasaran yang efektif dan desain kemasan yang menarik. Berikut adalah hasil yang dicapai serta pembahasan lebih lanjut terkait dampak pelatihan ini:

Hasil Pelatihan

1. **Peningkatan Pemahaman Pemasaran Digital**
 - Sebagian besar peserta berhasil memahami konsep dasar pemasaran digital, terutama pada penggunaan platform media sosial seperti Instagram dan Facebook untuk mempromosikan produk.
 - Terjadi peningkatan kemampuan dalam pembuatan konten pemasaran yang lebih kreatif dan menarik, yang dibuktikan dengan adanya variasi konten seperti foto produk berkualitas tinggi, deskripsi produk yang informatif, dan cerita di balik pembuatan tenun yang menarik minat konsumen.

2. **Kemampuan dalam Mendesain Kemasan Produk**

- Peserta menunjukkan peningkatan kreativitas dalam merancang kemasan yang tidak hanya estetik tetapi juga mencerminkan nilai budaya tenun. Kemasan-kemasan ini menggabungkan unsur warna dan motif khas daerah sehingga memperkuat identitas produk.
- Beberapa UMKM mulai menggunakan kemasan ramah lingkungan dan mengutamakan kualitas bahan kemasan yang lebih tahan lama, sehingga produk dapat terjaga kualitasnya hingga sampai ke tangan konsumen.

3. **Pengembangan Strategi Branding**

- Peserta pelatihan telah berhasil merancang merek dan identitas visual yang lebih konsisten, dengan logo, slogan, dan kemasan yang memperkuat citra produk tenun sebagai produk lokal bernilai seni tinggi.
- Beberapa peserta juga telah mulai membangun hubungan lebih dekat dengan konsumen melalui pengelolaan database pelanggan dan testimoni positif di media sosial, yang dapat meningkatkan kepercayaan konsumen.

4. **Penerapan Teknik Penjualan dan Promosi**

- Beberapa peserta telah mencoba berbagai teknik promosi, seperti diskon bundling dan kolaborasi dengan influencer lokal. Langkah ini berperan besar dalam meningkatkan kesadaran konsumen akan produk tenun mereka.
- Penjualan produk UMKM tenun meningkat setelah pelatihan, terutama melalui platform online dan marketplace yang memperluas jangkauan pasar hingga ke luar daerah.

Pembahasan

1. **Pentingnya Adaptasi Digital untuk UMKM Tenun**

- Pelatihan ini mengungkap bahwa pemasaran digital sangat relevan bagi UMKM tenun untuk menjangkau konsumen modern. Penerapan media sosial yang efektif memudahkan pelaku usaha memperkenalkan produk mereka tanpa batasan wilayah. Adaptasi ini juga membuka peluang lebih besar untuk masuk ke pasar internasional, terutama bagi produk tenun yang memiliki nilai budaya unik.

2. **Daya Tarik Kemasan sebagai Nilai Tambah Produk**

- Desain kemasan yang inovatif terbukti memberikan nilai tambah bagi produk tenun. Konsumen lebih tertarik membeli produk dengan kemasan yang menarik dan khas, yang memperlihatkan kualitas produk dan memperkuat pesan budaya yang diusung.
- Namun, beberapa tantangan dalam penyediaan bahan kemasan berkualitas tetap menjadi perhatian, mengingat keterbatasan biaya produksi untuk UMKM kecil. Alternatif bahan kemasan yang murah tetapi estetik dan ramah lingkungan menjadi solusi yang diupayakan.

3. **Manfaat Jangka Panjang dari Strategi Branding dan Pelayanan Konsumen**

- Branding yang baik dan pelayanan konsumen yang personal terbukti meningkatkan loyalitas pelanggan. Para peserta yang menerapkan strategi ini mendapatkan respons positif dari konsumen, yang meningkatkan kepercayaan dan potensi pembelian ulang.
- Meskipun demikian, branding memerlukan upaya konsisten dan pengembangan jangka panjang, serta tantangan dalam menjaga konsistensi komunikasi di berbagai saluran promosi.

SIMPULAN

Pelatihan pemasaran dan pembuatan kemasan untuk UMKM tenun berhasil memberikan dampak positif dalam pengembangan usaha kecil berbasis budaya ini. Beberapa kesimpulan utama yang diperoleh dari pelatihan ini adalah:

1. Peningkatan Keterampilan Pemasaran Digital
Pelatihan ini berhasil meningkatkan pemahaman peserta mengenai pentingnya pemasaran digital. UMKM tenun kini lebih mampu menggunakan platform media sosial dan marketplace untuk menjangkau pasar yang lebih luas, baik domestik maupun internasional.
2. Desain Kemasan yang Menarik dan Berdaya Saing
Peserta dapat mendesain kemasan yang estetik dan fungsional, mencerminkan nilai budaya lokal yang melekat pada produk tenun. Kemasan yang menarik ini memberi nilai tambah pada produk, membantu meningkatkan daya tarik dan penjualan.

DAFTAR PUSTAKA

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Hapsari, M., & Wijayanti, T. (2019). "Pengembangan UMKM melalui Pemasaran Digital dan Penguatan Identitas Produk." *Jurnal Pengembangan Bisnis dan Pemasaran*, 5(2), 123-130.
- Hermawan, A. (2012). *Komunikasi Pemasaran*. Erlangga.
- mawati, E. (2020). "Inovasi Kemasan Ramah Lingkungan sebagai Strategi Pemasaran UMKM." *Jurnal Desain dan Inovasi Produk*, 8(3), 204-210.
- Suryani, T., & Fadli, R. (2021). *Pemasaran Digital untuk UMKM*. Gramedia Pustaka Utama.
- Harahap, M. A., & Nugraha, Y. (2021). "Efektivitas Kemasan dalam Meningkatkan Daya Saing Produk UMKM." *Jurnal Inovasi Bisnis dan Usaha Mikro*, 9(1), 95-102.
- Kementerian Koperasi dan UKM RI. (2019). *Pedoman Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)*. Jakarta: Kementerian Koperasi dan UKM RI.
- Susilowati, L., & Kusuma, H. (2020). *Desain Kemasan dan Branding untuk Produk Lokal*. Yogyakarta: Andi Publisher.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2017). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm* (7th ed.). McGraw-Hill.
- Yusuf, R. H., & Utami, R. (2021). "Penerapan Strategi Promosi dan Digital Branding pada UMKM Tenun di Era Pandemi." *Jurnal Ekonomi Kreatif dan Bisnis Digital*, 6(4), 310-318.

