
Program Inovasi Penjualan Produk untuk Meningkatkan Pemasaran Teh Rosella di Desa Tawang Sari

Mochamad Satria Fajar¹, Sunan Istichori², Wulan Febryani³, Irfan Setiabudi Pratama⁴, Ahmad Faisol Rizal⁵, Aulia Mufidah⁶, Ulul Albab Lestari⁷, Moch Dino Indra Kusuma⁸, Fatimah Tuz Zahroh⁹, Erika Rosalinda¹⁰, Robbi'ul Hamzah¹¹, Wulan Purnamasari^{12*}

¹ Teknik Mesin, Universitas Maarif Hasyim Latif

² Teknik Industri, Universitas Maarif Hasyim Latif

³ Teknik Informatika, Universitas Maarif Hasyim Latif

⁴ Desain Komunikasi Visual, Universitas Maarif Hasyim Latif

^{5,6,11,12*} Manajemen, Universitas Maarif Hasyim Latif

⁷ Akutansi, Universitas Maarif Hasyim Latif

⁸ Hukum, Universitas Maarif Hasyim Latif

^{9,10} Analisis Kesehatan, Universitas Maarif Hasyim Latif

*Email: wulan_purnamasari@dosen.umaha.ac.id

ABSTRACT

MSMEs in general are businesses that are carried out individually, households, or small-scale business entities. The classification of MSMEs that is carried out is by determining the limit of turnover per year, the amount of wealth or assets, and the number of employees. One of the MSMEs that has been running smoothly in Sidoarjo is MSMEs, in this Sdr M. Angga produces tea from rosella flowers which are rich in benefits and sangam beneficial for the health of the human body. Innovations in increasing sales are the manufacture of NPWP and NIB so that product quality will increase and to carry out promotions using online marketing, such as marketed through Instagram, TikTok and also Facebook. So that this can help MSME players Rosella Tea in their Marketing techniques.

Keywords: Marketing; MSMEs; Rosella Tea; Sales Innovation; Promotion .

ABSTRAK

UMKM secara umum ialah bisnis yang dilakuka secara individu, rumah tangga, atau badan usaha yang berskala kecil. Penggolongan UMKM yang dilaksanakan yaitu dengan menentukan batasan omzet per tahun, jumlah kekayaan atau aset, serta jumlah karyawan. Salah satu UMKM yang sudah berjalan lancar di Sidoarjo adalah UMKM, di sdr M. Angga ini memproduksi Teh dari bunga rosella yang kaya akan manfaatnya dan sangam bermanfaat bagi kesehatan tubuh manusia. Inovasi dalam meningkatkan penjualan yakni pembuatan NPWP dan NIB sehingga kualitas produk akan meningkat dan untuk melakukan promosi menggunakan pemasaran Secara online, seperti di pasarkan lewat instagram, tiktok dan juga facebook. Sehingga hal ini dapat membantu para pelaku UMKM Teh Rosella dalam teknik Pemasarannya .

Kata Kunci: Pemasaran; UMKM; Teh Rosella; Inovasi Penjualan; Promosi.

PENDAHULUAN

Universitas Maarif Hasyim Latif Sidoarjo dalam pengabdian kepada masyarakat dengan dilaksanakannya Kuliah Kerja Nyata (KKN) yang bertemakan kewirausahaan. Secara umum KKN ialah program pendidikan yang dilaksanakan oleh perguruan tinggi dengan bertujuan untuk meningkatkan mutu pendidikan supaya mahasiswa dapat memperoleh nilai tambah dalam pendidikan tinggi. Kuliah Kerja Nyata juga disebut dengan kegiatan intrakulikuler memadukan pelaksanaan Tri Dharma Perguruan Tinggi yang memiliki cara untuk meningkatkan pengalaman pembelajaran dan bekerja terhadap mahasiswa (Syardiansah, 2019).

UMKM ialah bisnis yang dilakukan oleh perorangan atau individu, rumah tangga atau badan usaha dengan skala kecil. UMKM diklasifikasikan dengan batasan – batasan dengan omset tahunan yang di dapat dalam penjualan, total kekayaan yang didapat saat memulai bisnis atau aset dan jumlah karyawan yang tersedia. Dengan adanya UMKM sehingga dapat menambah lapangan pekerjaan dan memberikan pelayanan yang luas kepada masyarakat yang serta ikut dalam proses pemerataan dan meningkatkan pendapatan masyarakat, sehingga dapat mendorong pertumbuhan ekonomi serta dapat berkontribusi dalam terwujudnya keseimbangan yang berstatus nasional (Hanim, *et al.*, 2022; Rohmah & Ashlihah, 2021).

Rosella yang berarti Hibiscus sabdariffa dalam bahasa latin, tanaman ini yang dapat digunakan dalam menurunkan tekanan darah. Rosella atau Hibiscus sabdariffa Linn adalah anggota famili Malvaceae yang bertumbuh baik di daerah yang memiliki iklim hangat atau beriklim tropis hingga beriklim sedang atau iklim subtropis (Nurulhuda & Miradwiyana, 2021). Bunga Rosella telah lama di pergunakan sebagai minuman kesehatan oleh kebanyakan masyarakat. Biasanya bagian kelopak bunga rosella ini di pergunakan sebagai minuman berupa teh yang menyegarkan dan menyehatkan. Teh Rosella juga dapat dipercaya meningkatkan kemampuan fisik. Teh Rosella merupakan pilihan yang tepat dan cocok bagi mitra umkm untuk menjadikan peluang usaha yang baik Teh Rosella juga bermanfaat sebagai daya tahan tubuh selama kondisi pandemic seperti saat ini.

Dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah UMKM di bidang minuman herbal yakni berupa teh rosella milik M. Angga, selama memproduksi teh rosella pemilik mitra memiliki kendala dalam mencari konsumen dan kepercayaan konsumen yakni pada asopek inovasi produk dalam hal pemasaran. Sehingga perlu lebih banyak sosialisasi/promosi tentang teh rosella karena seagian besar masyarakat masih belum terbiasa mengkonsumsi teh yang berbahan dasar dari bunga Rosella.

METODE

Pengabdian masyarakat di laksanakan selama 1 bulan pada tanggal 8 September - 8 Oktober di UMKM Teh Rosella memiliki owner M. Angga DSN.NGAGLIK RT.001 RW.001 KAB.SIDOARJO JAWA TIMUR. Metode yang di gunakan dalam pengabdian kali ini adalah kualitatif deskriptif. Dengan terjun langsung dalam melakukan KKNT (Kuliah Kerja Nyata Tematik) di UMKM Teh Rosella dengan membantu pendampingan dalam inovasi memasarkan produk dan kepercayaan konsumen. Di UMKM Teh Rosella ini kita juga memberikan pengertian terhadap masyarakat bila teh rosella ini mengandung banyak sekali manfaat agar masyarakat mau membeli dan juga mengkonsumsi minuman Teh Rosella.

Dengan metode pengambilan data dalam pengabdian ini adalah memberikan inovasi – inovasi dalam hal pemasaran produk, sehingga dapat membantu UMKM Teh Rosella penjualan meningkat, mempunyai legalitas produk, membuat konten produk dan sistem-sistem promosi lainnya sehingga bisa mnarik pelanggan supaya membeli teh rosella.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam pelaksanaan program kesejahteraan pengabdian masyarakat ini mitra umkm teh rosella sangat antusias dengan adanya pelaksanaan ini diharapkan dengan pengabdian ini bisa membantu mengembangkan bisnis nya semakin berkembang sehingga berkesempatan untuk memperkenalkan produk teh rosella ke pelanggan supaya masyarakat bisa mengenal manfaat dari teh rosella. Mengingat teh rosella ini kaya akan manfaat mitra kami berharap produknya bisa diterima dengan baik oleh konsumen. Setelah beberapa kali melakukan survey kegiatan KKN Tematik Kewirausahaan ini sangatlah menyenangkan dan banyak ilmu yang kami dapatkan, dari proses awal produksi sampai proses pengemasan produk kami sangat antusias dalam membantu pemilik mitra umkm tersebut, mudah-mudahan kedepannya kita masih tetap saling membantu satu sama lain contohnya dengan menjadi reseller.

Melalui Inovasi penjualan dalam Pemasaran Langkah pertama yang dilakukan adalah membantu afiliasi untuk melengkapi data NPWP yang dilakukan secara online. Pemasaran ini merupakan hal lumrah dalam peningkatkan ekonomi serta untuk pengembangan produk (Nur, *et al.*, 2022; Nasrulloh, *et al.*, 2022). Langkah selanjutnya adalah melibatkan pembuatan NIB dalam langkah-langkah prosesnya, yaitu pengusaha yang akan didaftarkan dengan membuka website resmi OSS yang tersedia untuk umum sehingga masyarakat dapat untuk mengakses layanan OSS, pengusaha mengisikan NIK (Nomor Induk Kependudukan) terhadap perorangan, nomor validasi atau pengabsahan yang terdapat dalam akte pendirian dan dasar hukum mendirikan perusahaan untuk bukan perorangan. Sesudah mendapatkan hak akses yang terdapat dalam website resmi OSS, langkah yang dilakukan adalah dengan melengkapi

informasi pendaftaran yang memuat nama NIK, Alamat, dan Negara asal jika yang mendaftar adalah perorangan, industri, lokasi investasi, rencana jumlah investasi, rencana permohonan pajak perencanaan. dan/atau layanan lainnya, nomor kontak dan NPWP. Jika pengusaha belum memiliki NPWP, OSS dapat memproses penerbitan NPWP tersebut. Lembaga OSS akan menerbitkan NIB setelah pelaku usaha mengisi data secara lengkap dan memiliki NPWP. Dengan UMKM mempunyai NIB maka akan mempermudah mitra dalam mengembangkan bisnis sehingga kualitas produk akan meningkat dan pelanggan lebih percaya dan minat dalam membeli teh rosella.

Inovasi pemasaran selanjutnya yang dilakukan adalah membantu mitra dalam hal promosi atau periklanan di media sosial, online maupun offline. Berikut ini adalah beberapa inovasi pemasaran dapat dilakukan melalui digital marketing dengan cara Membantu pelaku usaha dalam promosi di media sosial seperti Instagram, Facebook, Tiktok, dan promosi melalui Whatsapp (Hasanah, 2018; Firmansyah, *et al.*, 2020). Dengan cara membuat konten yang menarik, aktif dalam kegiatan promosi, aktif dalam merekap kenaikan atau menurunnya audiens, jika semua dilakukan maka akan sangat mudah untuk mencari customer di media sosial. Aktif dalam membalas setiap pertanyaan dari pembeli mengenai keunggulan maupun kekurangan produk dengan baik dan benar sehingga pelanggan bisa percaya dan berminat untuk membeli produk tersebut. Dengan kenaikan penjualan produk di media sosial maka jumlah produk yang disiapkan meningkat sehingga jumlah produk yang di siapkan bertambah. Dengan hal ini maka omset akan terus meningkat dan pelanggan akan percaya dan minat dalam membeli teh rosella.



Gambar 1. Proses Penyerahan NIB dan NPWP

SIMPULAN

Kegiatan pengabdian KKN di UMKM ini, kegiatan yang dilakukan adalah membantu meningkatkan penjualan dengan inovasi pemasaran. Dengan cara promosi melalui media sosial, bagi-bagi brosur, promosi online maupun promosi melalui offline. Dengan hal ini maka penjualan teh rosella menjadi bertambah dan masyarakat tau keunggulan dari bunga rosella sangat lah banyak dan membantu menyembuhkan berbagai macam penyakit.

Promosi yang dilakukan yaitu promosi media sosial seperti Instagram, Tiktok, Facebook, dan Whatshaap. Tim kkn juga membantu pengecekan insight yang ada diinstagram, diagram pemasaran di tiktok, dan penjualan di Facebook Ads. Hal ini bertujuan teh rosella banyak di kenal oleh masyarakat dan untuk pelaku usaha supaya penjualan meningkat.

DAFTAR RUJUKAN

- Firmansyah, K., Fadhli, K., & Rosyidah, A. (2020). Membangun Jiwa Entrepreneur Pada Santri Melalui Kelas Kewirausahaan. *Jumat Ekonomi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 28–35.
- Hanim, L., Soponyono, E., & Maryanto, M. (2022). Pengembangan UMKM Digital di Masa Pandemi Covid-19. *Prosiding Seminar Nasional Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat*, 2(1), 30–39. doi: 10.24967/psn.v2i1.1452.
- Hasanah, N. (2018). Aplikasi E-Commerce Dengan Metode Theory of Planned Behavior Dalam Bisnis Penjualan (Studi Kasus Toko-Toko Di Wonosobo). *Jurnal Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat UNSIQ*, 5(2), 221–225. doi: 10.32699/ppkm.v5i2.468.
- Nasrulloh, M. F., Rozak, M., Arifah, A. H., Fitriani, R., Umardiyah, F., & Muhibuddin, A. (2022). Pelatihan Bertani Hidroponik dengan Memanfaatkan Lahan Pekarangan untuk Meningkatkan Kreativitas dan Ekonomi. *Jumat Pertanian: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(2), 54–58.

- Nurulhuda, U., & Miradwiyana, B. (2021). Pengaruh Pemberian Teh Rosella Dengan Madu Terhadap Penurunan Tekanan Darah Pasien Hipertensi Primer. *Journal of Health and Cardiovascular Nursing*, 1(1), 9-17. doi: 10.36082/jhcn.v1i1.264.
- Nur, L. C. N., Maarif, I. B., & Husnia, M. (2022). Strategi Pemasaran melalui Digital Marketing Berbasis E- Modul Flipbook untuk Kelompok Wanita Tani Desa Bedahlawak. *Jumat Ekonomi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(2), 69–81.
- Rohmah, N. S., & Ashlihah. (2021). Pengaruh Digital Marketing Training Terhadap Kemandirian dan Entrepreneurship Knowledge Curiosity Dikalangan Mahasiswa Unwaha. *JoEMS: Journal of Education and Management Studies*, 4(2), 41-48.
- Syardiansah, S. (2019). Peranan Kuliah Kerja Nyata Sebagai Bagian Dari Pengembangan Kompetensi Mahasiswa. *JIM UPB (Jurnal Ilmiah Manajemen Universitas Putera Batam)*, 7(1), 57-68. doi: 10.33884/jimupb.v7i1.915.