

## Optimalisasi Manajemen Pemasaran *Home Industry* Makanan di Desa Cibuntu pada Masa Pandemi Covid-19

Fitria Nurmala Dewi <sup>1)</sup>, Haifa Luthfy Fauziah <sup>2)</sup>, Muhammad Sidik Abdul Karim <sup>3)</sup>, Salma Afiatul Adawiyah <sup>4)</sup>, Vicky Oktaviansyah <sup>5)</sup>, Amar Muslih<sup>6)</sup>

<sup>1)</sup>Pendidikan Biologi, Fakultas Tarbiyah dan Keguruan, Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung email [fitrianurmala15@gmail.com](mailto:fitrianurmala15@gmail.com)

<sup>2)</sup>Pendidikan Agama Islam, Fakultas Tarbiyah dan Keguruan, Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung email [haifaluthfyfauziah@gmail.com](mailto:haifaluthfyfauziah@gmail.com)

<sup>3)</sup>Aqidah dan Filsafat Islam, Fakultas Ushuluddin, Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung email [sidikkarim9@gmail.com](mailto:sidikkarim9@gmail.com)

<sup>4)</sup>Pendidikan Bahasa Arab, Fakultas Tarbiyah dan Keguruan, Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung email [salmaadawiyah@gmail.com](mailto:salmaadawiyah@gmail.com)

<sup>5)</sup>Psikologi, Fakultas Psikologi, Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung email [vickyoktaviansyah99@gmail.com](mailto:vickyoktaviansyah99@gmail.com)

<sup>6)</sup> Akuntansi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung e-mail [amar@uinsgd.ac.id](mailto:amar@uinsgd.ac.id)

### Abstrak

Pandemi Covid-19 memberikan dampak bagi semua sektor di dunia. Salah satu sektor yang paling besar terkena dampak oleh Pandemi Covid-19 ini adalah sektor perekonomian. Hal tersebut dibuktikan dengan adanya pertumbuhan ekonomi global yang menurun ditandai dengan PDB dunia di angka 2%. Akibat Pandemi Covid-19 juga dirasakan pada perekonomian sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Yang mana saat ini UMK9M di Indonesia mengalami resesi karena melemahnya perekonomian. Penelitian ini menjelaskan tentang bagaimana keadaan UMKM/para pelaku Home Industry di Desa Cibuntu, Kecamatan Wanayasa Kabupaten Purwakarta yang terkena dampak dari adanya Pandemi Covid-19 dan bagaimana cara para pelaku Home Industry ini mempertahankan usahanya di tengah Pandemi Covid-19. Tujuan dari penelitian ini adalah memberikan pemahaman mengenai optimalisasi penjualan melalui dunia digital dan mengedukasi para pelaku UMKM agar dapat menggunakan dunia digital sebagai pasar. Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif analisis dengan metode observasi dan wawancara secara langsung dengan pihak pertama. Seperti halnya yang terjadi di Desa Cibuntu dari ketiga pelaku Home Industry yaitu Kue Ali Ibu Titin, Jalabria Ibu Rani dan Wajit Ibu Nyai Dadah umumnya dari mereka sedikit banyaknya terkena dampak karena adanya Pandemi, yaitu dibuktikan dengan adanya penurunan omset pendapatan karena berkurangnya konsumen yang membeli produk mereka. Untuk mengatasi penurunan omset pendapatan tersebut dan agar bisa tetap bertahan dan mengembangkan usahanya para pelaku usaha kecil ini terus melakukan inovasi dari berbagai aspek seperti upgrading label kemasan produk, mulai melakukan pemasaran melalui marketing digital (e-commerce) dan melakukan penjualan secara manual yaitu melalui jualan keliling. Selain itu kami juga membantu para pelaku usaha kecil ini dalam menjangkau pasar yang lebih luas, potensial, dan memiliki prospek yang lebih cerah yaitu dengan bantuan pembuatan branding kemasan produk dan

pembuatan video documenter. Sehingga, para pelaku usaha kecil ini sedikitnya bisa memperbaiki omset pendapatan mereka menjadi lebih stabil kembali.

Kata Kunci: Covid-19, Home Industry, Makanan, Manajemen, UMKM.

### *Abstract*

*The Covid-19 pandemic has an impact on all sectors of the world. One of the sectors most affected by the Covid-19 pandemic is the economic sector. This is evidenced by the declining global economic growth marked by world GDP at 2%. Due to the Covid-19 Pandemic is also felt in the economy of the Micro, Small, and Medium Enterprises (UMKM) sector. Which is currently UMKM in Indonesia experiencing a recession due to the weakening economy. This research explains how the state of UMKM / Home Industry actors in Cibuntu Village, Wanayasa District of Purwakarta Regency affected by the Covid-19 Pandemic and how these Home Industry actors maintain their business in the midst of the Covid-19 Pandemic. The purpose of this research is to provide an understanding of sales optimization through the digital world and educate UMKM to be able to use the digital world as a market. The method used in this study is descriptive analysis with observation methods and interviews directly with the first party. As happened in Cibuntu Village from the three Home Industry actors namely Kue Ali Ibu Titin, Jababria Ibu Rani and Wajit Ibu Nyai Dadah generally of them are at least affected because of the Pandemic, which is evidenced by a decrease in income turnover due to reduced consumers who buy their products. To overcome the decrease in revenue turnover and in order to survive and develop their business, these small business actors continue to innovate from various aspects such as upgrading product packaging labels, starting marketing through digital marketing (e-commerce) and selling manually through mobile sales. In addition, we also help these small businesses in reaching a wider market, potential, and have brighter prospects, namely with the help of product packaging branding and video documenter manufacturing. So, these small business actors can at least improve their income turnover to be more stable again.*

*Keywords: Covid-19, Food, Home Industry, Management, UMKM.*

## **A. PENDAHULUAN**

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu usaha yang dapat membuat seorang pelaku UMKM menghidupi diri dan keluarganya. Beragam pelaku UMKM dapat kita jumpai, seperti, pedagang kaki lima, pedagang asongan, bahkan pedagang yang berada di rumah, atau dengan kata lain Home Industry (Muliawan, 2008).

Home Industry merupakan suatu perusahaan skala kecil yang memiliki tempat produksi terbatas, biasanya terdapat satu atau dua rumah yang dijadikan toko dan tempat produksi secara bersamaan. Ditinjau dari modal usaha dan jumlah tenaga kerja, umumnya lebih sedikit daripada perusahaan-perusahaan besar. Maka, dalam hal ini dapat dikatakan bahwa para pelaku usaha yang hanya memiliki satu tempat dan

melakukan kegiatan usaha, meliputi pekerjaan yang bersifat administratif, penjualan dan juga produksi di satu tempat dapat dikatakan sebagai pelaku usaha berbasis Home Industry.

Saat ini Home Industry sangat digemari oleh khalayak masyarakat, dan kemungkinan besar para pelaku Home Industry terlahir dari dampak yang disebabkan oleh pandemi covid 19 ini. Faktor yang mendukung hal tersebut ialah, para pekerja yang dulunya bekerja di suatu perusahaan, sekarang sudah di PHK dari tempat kerjanya.

Meskipun Home Industry merupakan suatu solusi dalam mengatasi masalah ekonomi di keluarga, jika kita tidak dapat menjalankannya dengan baik, maka kita sama saja dengan membuang modal (uang) secara percuma. Jika dilihat lebih jauh, perusahaan besar pun, banyak yang gulung tikar akibat pandemi, Apalagi jika para pelaku Home Industry mengerjakan usaha yang mereka miliki dengan tidak benar (asal-asalan).

Di Indonesia UMKM memiliki kontribusi maupun peranan yang cukup besar diantaranya yaitu perluasan kesempatan penyerapan tenaga kerja. UMKM juga merupakan jaring pengaman terutama bagi masyarakat berpenghasilan rendah untuk menjalani kegiatan ekonomi produktif. disamping itu usaha kecil, mikro dan menengah (UMKM) merupakan jenis usaha yang memiliki peran penting dalam peningkatan PDB (Pendapatan Domestik Bruto) suatu negara khususnya di Indonesia dengan menghadapi Era Industri 4.0. Dampak yang signifikanpun terjadi terhadap perekonomian di Indonesia. Dari semua lini usaha mikro, kecil hingga koperasi sangat terdampak dengan adanya wabah virus corona. Penjualan menurun, permodalan, pesanan menurun, kesulitan bahan baku, dan kredit macet. Ekonomi tiba-tiba ambruk dalam sekejap. Tak dapat dipungkiri, perlahan semua sudah beralih ke arah digital, sehingga interaksi antara manusia dan teknologi sudah tidak terelakkan lagi. Semua pemenuhan kebutuhan sudah tersedia secara digital, mulai dari jual beli, jasa, hingga transaksi pembayaran. Pemanfaatan teknologi merupakan dasar dari masing-masing revolusi industry. Dampak era revolusi industry 4.0 adalah teknologi digital yang digunakan memungkinkan terjadinya interkoneksi antara mesin fisik dengan system produksi. teknologi menjadi unsur utama terhadap pengembangan industri konvensional menuju industri digital sehingga mampu mentransfer data tanpa bantuan manusia serta dengan adanya big data agar mampu membantu dalam menentukan arah dalam bisnis (Rosita, 2020: 110).

Pengelolaan dan pengembangan Usaha Mandiri Kecil Menengah (UMKM) membutuhkan perhatian dan keberpihakan dari berbagai pihak agar UMKM dapat berpotensi untuk maju dan berkembang mendorong perekonomian daerah. Karena ketika krisis ekonomi melanda Indonesia, UMKM telah membuktikan ketangguhannya dan menyelamatkan bangsa dengan membantu berputarnya roda perekonomian Negara (Handayani, 2018: 72).

1. Kesulitan yang dialami oleh UMKM selama pandemic itu terbagi dalam empat masalah:
2. Terjadi penurunan penjualan karena berkurangnya aktifitas masyarakat di luar sebagai pelaku konsumen.
3. Kesulitan dalam permodalan, karena tingkat penjualan yang menurun sehingga perputaran modal yang sulit.
4. Adanya pembatasan pergerakan penyaluran produk di wilayah-wilayah tertentu menjadi hambatan pada distribusi produk.
5. Karena menggantungkan ketersediaan bahan baku dari sektor industri lain membuat UMKM kesulitan (Suryani, 2021: 1592).

Tentunya, agar meminimalisir hal tersebut, penulis melakukan penelitian dan mengambil tema penelitian yang berjudul, "**Optimalisasi Manajemen *Home Industry* Makanan di desa Cibuntu pada Masa Pandemi Covid 19**".

#### **1. Rumusan masalah:**

Bagaimana metode yang dilakukan untuk meningkatkan optimalisasi manajemen pemasaran melalui dunia digital pada UMKM/Home Industry di Desa Cibuntu?

#### **2. Tujuan Penelitian :**

Untuk mengetahui metode yang dilakukan dalam meningkatkan optimalisasi manajemen pemasaran melalui dunia digital pada UMKM/Home Industry di Desa Cibuntu

### **B. METODOLOGI**

Metodologi pengabdian kepada masyarakat dilakukan dengan menggunakan langkah-langkah metode berbasis pemberdayaan masyarakat atau Sisdamas. Metode Sisdamas ini diusung oleh Tim Pusat Pengabdian LP2M Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati yang terdiri dari 4 siklus yaitu refleksi sosial, perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi (Juknis KKN-DR Sisdamas, 2021).

#### **1. Refleksi Sosial**

Proses interaksi yang dilakukan oleh kelompok masyarakat untuk membaca tentang konsep identitas diri dari kelompok masyarakat tersebut dengan ekspektasi yang menghasilkan teridentifikasinya kebutuhan, masalah, potensi, dan atau aset kelompok masyarakat (Juknis KKN-DR Sisdamas, 2021). Pada tahap refleksi sosial dilakukan melalui observasi lingkungan dan wawancara kepada Kepala Rt 01 Desa Cibuntu dan Karang Taruna Ds. Cibuntu Kecamatan

Wanayasa Kabupaten Purwakarta. Berdasarkan hasil observasi lingkungan, kita lebih berfokus kepada pemilik usaha mikro berbasis home industri yang terdampak oleh pandemi covid 19.

## 2. Perencanaan

Setelah refleksi sosial, kami melakukan diskusi untuk merencanakan dan menetapkan program dalam rangka mengatasi permasalahan tersebut. Program yang direncanakan adalah mengadakan sosialisasi terkait pemasaran di dunia digital, atau biasa dikenal dengan digital marketing. Program sosialisasi tersebut dirancang untuk mengedukasi masyarakat agar mampu beradaptasi dengan zaman.

## 3. Pelaksanaan Program

Pada tahap ini melakukan kegiatan sosialisasi pemasaran digital dengan cara mendatangi pelaku umkm berbasis home industri dari pelaku usaha satu ke pelaku usaha yang lain.

## 4. Subjek Penelitian

Subjek penelitian ini adalah para pemilik *Home Industry* di Desa Cibuntu yang terdampak oleh pandemi Covid-19 dan mereka belum bisa mengoptimalkan usaha atau barang dagangannya supaya dapat dikenal secara luas.

## 5. Objek Penelitian

Objek Penelitian dalam penelitian ini adalah, bagaimana pelaku UMKM dapat mengoptimalkan pemasaran produknya kepada masyarakat dan mampu membaca peluang pasar yang lebih potensial dan memiliki prospek yang lebih cerah.

## 6. Teknik Pengumpulan Data

Pada tahap ini, penulis menggunakan metode observasi. (Arikunto, 1998: 146) Observasi adalah pengamatan meliputi kegiatan pemusatan perhatian terhadap suatu objek dengan menggunakan seluruh indera. Dalam hal ini, penulis mencoba mencari data-data para pemilik *Home Industry* yang berada di desa Cibuntu. Kemudian, penulis mendatangi para pemilik *Home Industry* tersebut ke tempat produksi dan melakukan wawancara yang meliputi tata cara pembuatan, sejarah, dan omset perbulan. Di sana, penulis menanyakan beberapa pertanyaan yang diajukan serta didukung dengan instrumen penelitian yang berupa catatan.

## C. PELAKSANAAN KEGIATAN

Dalam pelaksanaan kegiatan optimalisasi manajemen Home Industry makanan di Desa Cibuntu pada masa pandemic ini terdapat beberapa tahapan yang dilalui yaitu: 1) kunjungan terhadap Home Industry makanan di Desa Cibuntu 2) mengidentifikasi permasalahan yang ada di bidang Home Industry, 2) Menyusun program untuk

mengoptimalkan manajemen Home Industry melalui branding label dan video documenter.

### **1. Kunjungan Terhadap Home Industry Makanan di Desa Cibuntu**

Terdapat tiga Home Industry yang dikunjungi di Desa Cibuntu yaitu : Home Industry kue ali, wajit dan jalabria. Kunjungan ini bertujuan untuk menggali informasi seputar UMKM di Desa Cibuntu pada masa pandemic.

### **2. Mengidentifikasi Permasalahan di Bidang Home Industry**

Pengidentifikasian masalah yang terdapat di bidang Home Industry dilakukan dengan metode wawancara. Metode wawancara merupakan teknik pengumpulan data melalui proses tanya jawab lisan yang berlangsung secara satu arah, artinya pertanyaan datang dari pihak yang mewawancarai dan jawaban diberikan oleh yang diwawancarai. Metode wawancara ini dirasa paling efektif dalam mengidentifikasi permasalahan yang ada.

### **3. Menyusun Program untuk Mengoptimalkan Manajemen Home Industry**

Setelah mengetahui informasi mengenai Home Industry di Desa Cibuntu pada masa pandemic ini, ditemukan permasalahan yang sangat signifikan yaitu menurunnya omset penjualan. Agar Home Industry ini dapat bertahan, maka perlu adanya pengoptimalisasian manajemen, salah satunya dengan branding label dan video documenter untuk menarik minat pembeli.

### **4. Jenis Kegiatan**

Jenis kegiatan dibidang UMKM atau Home Industry ini tercipta dari permasalahan yang terjadi di Home Industry itu sendiri yang ada di Desa Cibuntu, sehingga perlu adanya pengoptimalan agar Home Industry ini tetap bertahan. Salah satunya dengan branding label dan pembuatan video documenter.

### **5. Rentang Waktu Kegiatan**

Kegiatan ini berjalan selama empat hari, terhitung dari tanggal 9 Agustus 2021 sampai 12 Agustus 2021. Pemilihan waktu kegiatan ini disesuaikan dengan kesiapan pemangku Home Industry di Desa Cibuntu.

### **6. Tempat Kegiatan**

Kegiatan ini dilaksanakan di beberapa tempat, yaitu :

- a. Rumah Ibu Titin sebagai pemilik Home Industry kue ali, tepatnya di Kp. Karang Anyar RT. 01 RW. 01 Desa Cibuntu Kec. Wanayasa Kab. Purwakarta Prov. Jawa Barat.

- b. Rumah Ibu Nyai Dadah sebagai pemilik Home Industry wajit, tepatnya di Kp. Karang Anyar RT. 03 RW. 01 Desa Cibuntu Kec. Wanayasa Kab. Purwakarta Prov. Jawa Barat.
- c. Rumah Ibu Rani sebagai pemilik Home Industry jalabria, tepatnya di Kp. Karang Anyar RT. 03 RW. 01 Desa Cibuntu Kec. Wanayasa Kab. Purwakarta Prov. Jawa Barat.

## 7. Pemangku Kepentingan yang Terlibat

Kegiatan program ini melibatkan beberapa pihak, diantaranya : 1) Pemilik Home Industry, menjadi alasan utama program ini dilaksanakan, karena permasalahan yang ada di Home Industry ini masih belum bisa diatasi oleh pemiliknya itu sendiri, karena keterbatasan dalam teknologi. 2) Mahasiswa KKN, menjadi pelaku pelaksana program branding dan pembuatan video documenter untuk mengoptimalkan manajemen Home Industry yang ada di Desa Cibuntu.

## 8. Dokumentasi



Gambar 1. Kunjungan Home Industry



Gambar 2. Mengidentifikasi Permasalahan



**Gambar 3.** Menyusun Program

#### **D. HASIL**

Pandemi Covid-19 berdampak terhadap semua sektor ekonomi baik itu usaha makanan, minuman dan lain sebagainya. Di Desa Cibuntu terdapat beberapa UMKM tepatnya Home Industry yang masih bertahan di masa pandemi walaupun terdapat penurunan pendapatan. Diantara Home Industry di Desa Cibuntu yang kami jadikan objek penelitian yaitu Home Industry Kue Ali, Jalabria dan Wajit. Home Industry tersebut dapat bertahan dalam masa pandemi Covid-19 ini, tentu pemilik usaha harus beradaptasi dengan segala perubahan yang terjadi lewat manajemen yang baru baik itu strategi pemasaran, inovasi produk dan melalui digital.

Hasil kunjungan serta wawancara pada pemilik Home Industry Kue Ali yaitu Ibu Titin, bahwa tidak begitu mengalami penurunan mengenai pendapatannya. Hal ini akibat pemasarannya mengikuti zaman, dimulai dari branding produk baik itu promosi di sosial media seperti Instagram, whastapp, facebook, kemudian kemasannya, desain logo, selain itu juga untuk pengiriman melalui jasa kurir. Kelebihan dari Kue Ali buatan Ibu Titin ini tetap memperhatikan standar kualitas produk mulai dari penggunaan bahan baku yaitu tepung beras dan gula mulai, proses produksi, pengecekan produk hingga packaging tetap steril dan aman sebelum dikirimkan ke konsumen. biasanya konsumen dari kue Ali paling banyak untuk pesanan kegiatan-kegiatan besar, seperti pernikahan, haolan, pengajian, dan lain sebagainya.



**Gambar 4.** Kue Ali Ibu Titin

Kemudian Home Industry Jalabria pemilik Ibu Rani mengalami penurunan pendapatan sekitar 75%. Hal ini terjadi karena kurangnya konsumen. Jalabria ini dibuat dengan bahan utamanya yaitu tepung ketan yang berbentuk seperti donat dengan dilumuri gula merah yang sudah dicairkan. Home industri Jalabria ini yang biasanya konsumen dari warung atau resellernya lebih banyak dan siap keep order sampai luar daerah wanayasa, tercatat yang biasanya sebelum pandemi bisa mencapai 700 biji dan sekarang hanya 300 biji. Oleh karena itu, pemasarannya untuk sekarang sistem Pre Order melalui media sosial, dan juga jualan keliling di sekitar Desa Cibuntu. Selain itu juga jalabria buatan Ibu Rani ini tetap memperhatikan kualitas produk, penggunaan bahan bakunya yang tidak sembarang dibeli dipasaran luar, karena jika bahan pokok tersebut bukan pada orang yang biasanya jadi langganan, maka Jalabria tersebut hasilnya tidak maksimal.



**Gambar 5.** Kue Jalabria Ibu Rani

Sedangkan Home Industry wajit pemilik Ibu Nyai Dadah yang mengalami penurunan pendapatan sekitar 75%. Hal ini terjadi karena kurangnya konsumen. Wajit memiliki Ibu Nyai Dadah ini telah berdiri sekitar 8 tahun, berawal dari kemasan toples. Wajit ini terdapat 4 varian rasa yaitu rasa nanas, ketan, kacang hijau dan waluh. Biasanya sebelum pandemi untuk pembelian bisa sampai ke kota subang, tapi untuk kondisi pandemi saat ini konsumen menurun. Selain itu juga untuk penjualan dikirim ke beberapa warung daerah wanayasa, yang biasanya sampai habis tetapi setelah adanya pandemi wajit tersebut banyak yang tersisa dan akhirnya harus dikembalikan kepada Ibu Nyai Dadah. Dengan adanya pengembalian tersebut maka Ibu Nyai Dadah bisa dikatakan mengalami kerugian. Untuk itu Home Industry wajit ini memberikan inovasi baru untuk bisa bertahan di masa pandemi ini. Untuk mengoptimalkannya yaitu pemasaran melalui media sosial, branding produk baik itu kemasan, serta label produk. Selain itu juga mengutamakan kualitas produk penggunaan bahan baku seperti gula, kelapa, jahe, kacang hijau dan juga wajit ini tanpa pengawet. Kemudian untuk packaging tetap steril, indah dan aman.



Gambar 6. Kue Wajit Ibu Ai Dadah

## E. PEMBAHASAN

Pandemi Covid-19 menyebabkan terjadinya permasalahan baru bagi pemerintah, khususnya di sektor perekonomian. Tak jarang, banyak usaha memilih untuk mengakhiri bisnisnya untuk sementara waktu atau permanen (bangkrut). Penyebabnya karena pendapatan yang berkurang, salah satunya terjadi di Desa Cibuntu yang mengalami penurunan hampir 75% pendapatannya. Upaya yang dapat dilakukan sebagai solusi agar UMKM dapat memiliki ketahanan ekonomi di masa pandemic Covid-19 yaitu berupa *Branding* produk. menurut Boomsma & Arnoldus (Diarta, Lestari dan Dewi, 2017) *brand* dibuat untuk membuat calon konsumen percaya kualitas, reliabilitas, status sosial, nilai dan keamanan suatu produk.

### 1. Membuat Branding Produk Melalui Label Kemasan Usaha

Pengemasan produk menjadi salah satu hal yang penting dilakukan. Selain fungsinya sebagai alat yang dapat melindungi produk dari kerusakan-kerusakan, kemasan yang unik pada produk dapat menarik perhatian dari calon pembeli. Seringkali para konsumen membeli sesuatu produk dari cara pengemasannya. Pemberian label tersendiri memiliki tujuan agar menjadi suatu identitas yang dapat membedakan dengan produk yang lainnya, sehingga konsumen dapat memilih produk secara benar dan tepat (Santi, 2015).

Identitas tersebut dapat menjadi sebuah nilai lebih karena selain produknya dapat dikenal dengan mudah oleh konsumen, maka secara tidak langsung pelaku usaha dapat dengan mudah menjual produk-produknya dan bisa mendapatkan konsumen yang setia (loyal). Pada program pengabdian masyarakat dalam mengembangkan produk yang dilakukan secara langsung berupa pengedukasiaan dan pendampingan UMKM dalam menjalankan bisnisnya. Salah satu upaya yang dilakkan dalam kegiatan pengabdian ini yaitu membantu para pelaku UMKM di Desa Cibuntu dengan memberikan edukasi pengemasan yang baik sehingga dapat menambah ketertarikan konsumen dalam membeli produk yang dibuat secara industry rumahan.

## 2. Melakukan Branding Melalui Sosial Media

Pandemi Covid-19, memaksa setiap pelaku bisnis untuk berani melebarkan sayapnya dalam penjualannya. Dengan adanya kemajuan teknologi, pangsa pasar menjadi potensial untuk meningkatkan peminatan produk yang dijual. Salah satu upaya yang dapat dilakukannya yaitu dengan memanfaatkan sosial media dan *E-Commerce* (Digital Marketing), Selain berjualan secara tradisional yaitu berjualan secara keliling. Pelaku UMKM, diharapkan dengan adanya akses kemudahan dalam digital marketing dapat meningkatkan penjualan secara maksimal dapat menjangkau konsumen yang lebih luas. Dalam program pengabdian masyarakat dalam pemasaran dilakukan secara langsung yaitu dengan memberikan edukasi mengenai pasar potensial melalui *platform marketplace* yang dapat dimanfaatkan sebagai sarana penjualan untuk menjangkau konsumen yang lebih luas lagi. Serta melakukan pendampingan secara langsung dengan membantu melakukan promosi-promosi penjualan di sosial media. Sehingga hasil yang didapatkan yaitu pelaku UMKM mulai melakukan penjualan secara online dan dapat memanfaatkan sosial media untuk menarik para konsumen dalam membeli produknya.

Selama kegiatan pengabdian masyarakat di Desa Cibuntu dimasa pandemi Covid-19 dengan berupaya dalam membantu menjaga kestabilan perekonomian di masyarakat khususnya para pelaku UMKM. Program-program yang telah dilaksanakan, perlu dilakukan evaluasi kembali untuk mengetahui tingkat keberhasilannya. Adapun, kegiatan dalam pengabdian masyarakat dapat memberikan sebuah hasil berupa pemberian edukasi mengenai label sebagai identitas dan dapat meningkatkan penjualan dengan memanfaatkan media sosial.

## 3. Ucapan Terima Kasih

Terima kasih kami ucapkan kepada seluruh warga Kp. Karang Anyar RT 01/RW 01, Dusun 01 (RT 01,02, dan 03) Desa Cibuntu, Kecamatan Wanayasa, Kabupaten Purwakarta, Jawa Barat yang telah memberikan kami kesempatan untuk menimba ilmu dan memperoleh pengalaman dari kegiatan pengabdian pada KKN-DR SISDAMAS ini, tidak lupa kami mengucapkan terima kasih kepada Bapak RD. Amar Muslih, M.Si. selaku Dosen Pembimbing Lapangan (DPL) Kelompok 207 yang senantiasa memberikan arahan serta bimbingannya kepada kami dalam melaksanakan seluruh program kerja seRTa pengabdian dalam kegiatan KKN DR SISDAMAS di Kp. Karang Anyar RT 01/RW 01, Dusun 01 (RT 01,02, dan 03) Desa Cibuntu, Kecamatan Wanayasa, Kabupaten Purwakarta, Jawa Barat.

## F. PENUTUP

### 1. Kesimpulan

Dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa Metode yang dilakukan untuk meningkatkan optimalisasi manajemen pemasaran para pelaku UMKM/Home Industry

di Desa Cibuntu adalah dengan metode sosialisasi dan edukasi kepada para pelaku UMKM/Home Industry dalam mengenali dunia pasar digital melalui pembuatan branding produk melalui label kemasan usaha dan branding melalui media social.

## 2. Saran

Label kemasan Home Industry Kue Ali Ibu Titin dan Wajit Sederhana Ibu Ai Dadah sudah cukup baik dan menarik, hanya perlu ada sedikit perombakan/upgrading ke arah yang lebih baik dan uptodate atau sesuai dengan zaman digital saat ini. Sementara untuk Home Industry Jalabria Ibu Rani diperlukan adanya penambahan label kemasan produk agar produknya bisa lebih mudah dikenal dan bisa menjangkau pasar yang lebih luas lagi. Karena, dalam suatu label kemasan biasanya terdapat beberapa informasi lengkap terkait produk sehingga bisa meningkatkan daya tarik konsumen. Kemudian perlu adanya pelatihan yang intensif agar para pelaku Home Industry bisa terus bertahan dan mengembangkan usahanya.

## G. DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman Fatoni. 2011. *Metodologi Penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Arikunto, Suharsimi. 1998. *Prosedur Penelitian suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Diarta, I., Lestari, P. and Dewi, I. (2017) 'Strategi Branding dalam Promosi Penjualan Produk Pertanian Olahan PT. Hatten Bali untuk Pasar Pariwisata Indonesia', *JURNAL MANAJEMEN AGRIBISNIS (Journal Of Agribusiness Management)*, 4(2), pp. 170–187.
- Handayani, Susi dan Dewi Andriyani. 2018. Optimalisaso Pengelolaan Usaha Kecil dan Menengah melalui Analisis SWOT. *Prosiding Konferensi Nasional Ke-8*. Medan: Asosiasi Program Pascasarjana Perguruan Tinggi Muhammadiyah Aisyiah (APPPTMA).
- Muliawan. 2008. *Jasa Unggul Manajemen Home Indusrty*. Yogyakarta: Banyu Media.
- Rosita, Rahmi. 2020. Pengaruh Pandemi Covid-19 terhadap UMKM di Indonesia. *Jurnal Lentera Bisnis*. Vol 9. No 2. Hal 109-120.
- Santi, Fitta Ummaya. 2015. *Teknik Pengemasan dan Labeling Produk Makanan, disampaikan dalam kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat di Desa Bejiharjo, Karangmojo, Gunungkidul*. Jurusan Pendidikan Luar Sekolah, Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas Negeri Yogyakarta.
- Sugiono. 2013. *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiono. 2009. *Metodologi Penelitian Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suryani, Evi. 2021. Analisis Dampak Covid-19 terhadap UMKM (Studi Kasus: Home Industri Klepon di Kota Baru Driyorejo). *Jurnal Inovasi Pendidikan*. Vol 1. No 8. Hal 1591-1596.
- Uhar, Suharsaputra. 2012. *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*. Bandung: PT Refika Aditama.