

## UKM PRAMESTI MALIMA ENERGI BANGKIT MENUJU NEW NORMAL

Alfrid Sentosa<sup>1</sup>, Aston Pakpahan<sup>2</sup>,

<sup>1</sup> Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas PGRI Palangka Raya

<sup>2</sup> Ekonomi dan Bisnis, Universitas Palangka Raya

email: [afrael09@gmail.com](mailto:afrael09@gmail.com)

### Abstract

*UKM Pramesti Malima Energi (PMEFS) produces shredded sarai, beef jerky, fish pentol, and fish nuggets. PMEFS is also facing the impact of the Corona Virus outbreak, especially the decline in sales as consumers do not leave their homes, tourists are absent, and shops where they go processed products are closed. SMEs had no income in September, and half of the goods were not sold in December. The second attempt there in December was a huge loss. Due to the closure of the souvenir shop PSBB, merchandise sold must be recalled. This UKMK has different production houses, galleries, and online sales (Facebook, Instagram, WhatsApp Bisnis, and Shopee). 1) Marketing dropped drastically during the epidemic season, resulting in no return of production costs and no profit (loss). 2) Poor market confidence. Marketing is the solution. 1) providing SOPs, 2) developing catalogs, 3) helping the online market by placing advertisements on social media, 4) marketing by buying 2 get one free, promotion and sales. Several methods and goals can return SMEs to their pre-pandemic state. Shoppe accounts showing an asterisk increase in orders indicate an increase in sales targets because buyers will feel confident buying hygienic and safe products.*

**Keywords:** *UKM, Marketplace, New Normal*

### Abstrak

*UKM Pramesti Malima Energi (PMEFS) memproduksi sarai abon, dendeng, pentol ikan, dan nugget ikan. PMEFS juga menghadapi dampak dari wabah Virus Corona, terutama penurunan penjualan karena konsumen tidak keluar rumah, turis tidak ada, dan toko-toko tempat mereka meninggalkan produk olahan tutup. UKM tidak memiliki penghasilan pada bulan September dan setengah dari barang tidak terjual pada bulan Desember. Upaya kedua ada bulan Desember adalah mengalami kerugian besar. Akibat penutupan PSBB toko souvenir, barang dagangan yang dijual harus ditarik kembali. UKMK ini memiliki rumah produksi, galeri, dan penjualan online yang berbeda (Facebook, Instagram, WhatsApp Bisnis, dan Shopee). 1) Pemasaran turun drastis selama musim epidemi, mengakibatkan tidak ada pengembalian biaya produksi dan tidak ada untung (rugi). 2) Kepercayaan pasar buruk. Pemasaran adalah solusinya. 1) menyediakan SOP, 2) mengembangkan katalog, 3) membantu pasar online dengan memasang iklan di media sosial, 4) pemasaran dengan beli 2 gratis 1, promosi dan penjualan. Beberapa metode dan tujuan dapat mengembalikan UKM ke kondisi sebelum pandemi. Akun Shoppe yang menunjukkan kenaikan tanda bintang dalam pesanan menunjukkan peningkatan target penjualan. Karena pembeli akan merasa percaya diri membeli produk yang higienis dan aman.*

**Kata kunci :** *UKM, Marketplace, New Normal*

### 1. PENDAHULUAN

Pada awal bulan Maret Palangka Raya mulai terserangnya wabah virus corona, kemudian dari waktu ke waktu pasien Covid 19 juga semakin bertambah di Kota Palangka

Raya, sehingga dari kejadian ini Gugus Covid 19 mengajukan PSBB untuk Kota Palangka Raya. PSBB Untuk Kota Palangka Raya berlaku dari tanggal 1-14 Juni 2020, dengan pembelakangan PSBB ini berdampak juga bagi

para pelaku usaha kecil di Kota Palangka Raya.

Salah satu UKM yang terdampak selama pandemic Covid 19 ini adalah UKM Pramesti Malima Energi (PMEFS) usaha yang memfokuskan pada pengolahan ikan, macam-macam produk yang di tawarkan yaitu abon kandas sarai, dendeng ikan, pentol ikan, dan nugget ikan, masing-masing bahan utama adalah ikan gabus, ikan patin dan ikan senagin.

UKM Pramesti Malima Energi memiliki anggota kelompok sebanyak 15 orang. Pada masa sebelum pandemi UKM ini memiliki jadwal produksi cukup padat yang sudah tersusun selama satu minggu, misalnya hari senin produksi abon, selasa produksi dendeng, dan seterusnya, akibat adanya corona hal ini tidak dapat dijalankan lagi.

Dua periode produksi yang dijalankan oleh kelompok UKM ini gagal total yaitu produksi bulan September masih menyisakan separu dari produksi belum terjual, dan Produksi pada bulan Desember mengalami kerugian besar karena produk olahan tidak terjual karena toko-toko tempat untuk menitipkan produk ditutup. Terlebih pada saat di berlakukannya PSBB, kios yang disewa untuk menjual hasil produk juga ditutup oleh Tim Gugus Covid 19 padahal itu baru satu bulan berjalan dan belum menghasilkan apa-apa akibatnya modal tidak kembali (rugi). Untuk menutupi biaya oprasional kelompok menggunakan tabungan kelompok tetapi lama-kelamaan tabungan kelompok juga menyusut dan tidak sanggup lagi untuk memenuhi biaya operasional.

Omzet sangat menurun drastis karena dalam satu bulan hanya dapat laku 1 produk saja, sebelum masa pandemi satu produk biasa omzetnya dapat mencapai 3 Juta Rupiah. Penjualan secara keseluruhan sekitar 12 Juta dalam sebulan. Pada saat pandemi sekarang ini penghasilan kami tidak bisa di prediksi dan sekarang pemasukan sangat menurun.

Produk olahan yang sudah lewat batas waktu ditarik kembali sebagian yang masih bisa digunakan dibagi-bagi keanggota kelompok dan sebagian yang tidak bisa digunakan dimusnahkan.

Kelompok juga memiliki rumah produksi yang terpisah dari rumah, dan galeri sendiri penjualan juga dilakukan di galeri, ditipkan ke toko oleh-oleh, dan online ( Facebook,

Instagram, Whatshapp Bisnis dan Shoppe). Untuk sekarang penjualan yang di lakukan melalui Shoppe belum ada yang laku.

Produk unggulan yaitu abon kandas sarai, ini salah satu ikon untuk kota Palangka Raya dengan mengangkat makanan khas Dayak Kalimantan Tengah diharapkan juga ini bisa diperkenalkan secara nasional dan sampai ke mancanegara. Bahwa Bumi Tambun Bungai juga memiliki makanan khas Dayak.

## 2. IDENTIFIKASI MASALAH

a. Persoalan prioritas yang disepakati untuk diselesaikan adalah:

- 1) Pemasaran, pemasaran pada musim pandemi sangat menurun drastis sehingga mengakibatkan biaya produksi tidak kembali dan keuntungan pun tidak didapat (rugi)
- 2) Keyakinan Konsumen terhadap kesehatan pasar masih rendah

b. Ringkasan dan penjelasan masalah prioritas

- 1) Pembeli takut keluar rumah karena takut tertular virus karena di Palangka Raya jumlah yang tertular virus corona cukup banyak mencapai seribu lebih. Pendapatan menjadi menurun akibat wisatawan tidak ada berkunjung ke Palangka Raya, penerbangan ditutup, toko oleh-oleh ditutup, market tempat menitipkan produk juga tutup
- 2) Sedangkan untuk alat giling daging mitra sangat memerlukan sekali mesin pengiling/adonan daging ikan agar dapat menjaga kualitas ikan yang akan dibuatkan olahan karena apabila mengiling dipasar seperti yang dilakukan selama ini kurang begitu bersih atau higienis karena harus antri dan bercampur baur dengan daging yang lain seperti daging ayam dan daging sapi sehingga ini menghilangkan cita rasa daging ikan itu sendiri.

## 3. METODELOGI PELAKSANAAN

a. Pihak-pihak yang terlibat adalah Mitra, Dosen, Mahasiswa, Media Massa, Trainer penjualan secara online, Dinas Terkait.

- b. Metode dan tahapan dalam penerapan teknologi.
- 1) Membuat TIM Khusus Pembuat SOP, mempelajari proses SOP Era New Normal, menyusun alur kerja SOP, review hasil penyusunan alur kerja, simulasi SOP, Evaluasi dan perbaikan, penetapan SOP, sosialisasi SOP.
  - 2) Mengumpulkan bahan-bahan untuk membuat katalog, membuat gambar produk yang akan dibuat katalog, mengetahui keunggulan produk, memilih ukuran yang sesuai dengan ukuran katalog yang diinginkan, memilih jumlah halaman yang tepat, menuliskan dekripsi produk, menuliskan konten tambahan, pengaturan konten, pemilihan isi konten yang bagus, membuat sampul, mendisain formulir pemesanan, pembuatan replika, mencetak katalog.
  - 3) Pilih jaringan media sosial, isi profil secara lengkap, temukan kategori produk jualan anda, pilih strategi postingan, analisis, test, jangkauan postingan, menentukan follower.
  - 4) Mencari tau siapa targe audien dan competitor, tentukan focus dan karakteristik brand, tentukan nama brand, tentukan selogan brand, tentukan gaya penampilan brand, disain logo untuk brand, kembangkan terus.
  - 5) Tentukan tujuan promosi, atau tentukan tujuan yang ingin dicapai, tentukan target pasar, segmen pasar, menentukan pesan atau nilai moral dari produk, membuat anggaran promosi, pilihan media promosi, pengukuran efektivitas produksi.
  - 6) Menentukan kebutuhan alat yang diperlukan, menentukan Budget, menentukan model, membeli mesin
  - 7) Pembentukan panitia pelatihan, menentukan waktu dan tempat pelaksanaan, menentukan tema, narasumber, perlengkapan pelatihan, peserta, pelaksanaan dan laporan.
- c. Prosedur kerja dalam peningkatan pemasaran ialah dengan cara mengiklankan produk di media sosial, perubahan branding, promosi dengan

- harapan ini dapat mencapai angka keuntungan seperti masa sebelum pandemi, sedangkan alat untuk dapat membantu produksi dalam skala besar.
- d. Partisipasi mitra dapat dilakukan dalam bentuk membantu dalam mempromosikan produk melalui media sosial atau kepada teman-teman secara langsung agar dapat membeli produk hasil olahan tersebut.
  - e. Evaluasi terhadap pelaksanaan program pemberdayaan masyarakat adalah pemasaran kembali normal seperti sedia kala, pembeli mengalami peningkatan, adanya sebuah branding baru di era new normal adalah makanan peningkat imun tubuh, dan produksi dapat berjalan kembali.
  - f. Mengadakan program pengadaan mesin giling daging. Alasannya agar menciptakan keyakinan pembeli terhadap produk adalah higienis, sehingga kesehatan pasar dapat meningkat tinggi.

#### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

##### A. Meningkatkan Pemasaran dimusim Pandemi dengan cara berjualan di media sosial

###### 1) Membuat SOP

Dalam menyusun SOP pada masa pendemi C19 adalah berasal dari beberapa masukan dan pemikiran, yaitu dari Pramesti Malima Enegi, Dosen, dan Dinas Terkait.

Penyusunan SOP ini bertujuan agar dapat beradaptasi pada Era New Normal sesuai dengan aturan pemerintah dimana galeri harus memnuhi standar protokol kesehatan sesuai dengan anjuran pemerintah, dalam menerima pembeli yang berkunjung ke toko/atau galeri harus mematuhi protokol, Menggunakan masker, mencuci tangan sebelum memasuki galeri.

Standard Operating Procedure (SOP), atau “Prosedur” adalah dokumen yang lebih jelas dan rinci untuk menggambarkan metode yang digunakan dalam melaksanakan dan melaksanakan kebijakan dan kegiatan organisasi sebagaimana diatur dalam pedoman. [1]

Ada beberapa aturan baru yang harus dicantumkan dan ditaati penjual/owner Misalnya, menggunakan masker, rutin

mengecek suhu tubuh, rajin mencuci tangan atau menggunakan hand sanitizer, dan mengikuti etika batuk/bersin yang benar. Tambahan lainnya adalah dengan menetapkan aturan yang tegas bagi tamu yang datang dan memberlakukan physical distancing. Cara termudah adalah dengan menerapkan shift.



**Gambar 1.** Galeri Pemasaran dan Rumah Produksi

- 2) Membantu memasarkan via online dengan cara mengiklankan di media sosial, iklan terpasang di media sosial

Hal pertama yang harus dilakukan yaitu melakukan pembelajaran membuka media sosial untuk UKM Pramesti Malima Energi (PMEFS) yaitu Facebook, Whatsapp, dan Shopee. Setelah akun media sosial terbuka maka akan dilakukan pendampingan bagaimana cara berjualan di media sosial dan bagaimana cara membuka toko di Shoppe.

Media sosial diartikan sebagai sarana dan saluran resmi sebagai alat komunikasi untuk menyebarkan berita dan pesan kepada masyarakat luas. (Poerwodarminto, 1993, h. 243). Media sosial juga dapat diartikan sebagai media online, dengan penggunaannya dapat dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan membuat konten termasuk blog, jejaring sosial, wiki, forum, dan dunia virtual. [2]

#### a. Berjualan di Facebook

Di era digital dan serba online seperti sekarang ini, bisnis online semakin menjamur dan digandrungi banyak orang. Selain mudah dipraktikkan, berjualan online juga terbukti memberikan keuntungan yang cukup menggiurkan jika dilakukan dengan sungguh-sungguh.

Mengoptimalkan pemasaran digital melalui Facebook Ads untuk meningkatkan kesadaran masyarakat dalam memanfaatkan dan mengoptimalkan penggunaan media sosial sebagai promosi dalam bisnis yang

mereka miliki. Sebab, media sosial merupakan sarana komunikasi untuk dapat berinteraksi, berbagi wawasan antar pengguna dalam skala luas. Selain itu, melalui kampanye iklan berbayar di Facebook, sebuah merek dapat menentukan target audiens dan mengoptimalkan fitur untuk meningkatkan kesadaran merek calon konsumen. [3]

Informasi dapat dengan mudah diakses di era digital ini, terutama melalui media sosial Facebook. Berbagai aktivitas dapat dilakukan melalui media sosial mulai dari bermain game, menanggapi unggahan teman, hingga aktivitas bisnis. [4]

Bagi Anda yang tertarik dengan bisnis online, simak ulasan berikut tentang cara berjualan di Facebook secara efektif.

Sebagai salah satu media sosial yang memiliki banyak pengguna, Facebook bukan hanya sebagai sarana komunikasi tanpa harus bertatap muka, namun berpotensi menjembatani antara pelaku usaha dengan calon pembeli. Facebook adalah pilihan yang tepat untuk mempromosikan produk yang Anda jual tanpa perlu mengeluarkan biaya iklan.

Jualan di Facebook sangat mudah, karena yang Anda butuhkan hanyalah memposting foto produk atau layanan yang Anda tawarkan. Berikut ini adalah langkah-langkah untuk memposting produk atau layanan yang Anda jual melalui Facebook.

1. Klik Grup di News Feed di menu sebelah kiri, lalu pilih grup jual beli yang ingin Anda promosikan produk yang Anda jual.
2. Setelah masuk ke grup jual beli, klik tombol Sell Something.
3. Tuliskan informasi atau deskripsi produk yang Anda jual, lalu klik Next.
4. Pilih audiens yang diinginkan sehingga banyak calon pembeli akan melihat produk yang Anda tawarkan. Sangat disarankan bagi Anda untuk memposting produk tidak hanya di satu grup, tetapi juga di grup jual beli lainnya.
5. Pilih lingkaran di sebelah menu Marketplace untuk mengajukan penawaran atas produk yang Anda jual. Namun, jika Anda mengunggahnya sebagai Halaman atau Halaman, Anda tidak akan melihat opsi untuk menawar di Marketplace. Selanjutnya, Anda tinggal klik Posting.



Ada beberapa tips yang bisa Anda lakukan, agar penjualan Anda laris, seperti ketepatan pengaturan strategi pemasaran dan cara menarik perhatian calon pembeli. Berikut tips cara berjualan online di Facebook secara efektif.

### **Gunakan Fitur Marketplace**

Untuk memperkenalkan barang atau jasa yang Anda tawarkan kepada calon pembeli secara efektif, dengan menggunakan fitur marketplace. Fitur ini dihadirkan secara sederhana dan terletak di sisi kiri halaman saat Anda login ke Facebook melalui desktop, sehingga memudahkan Anda untuk menggunakannya.

Anda dapat mencantumkan informasi atau deskripsi produk secara lengkap, seperti foto produk, harga, lokasi, dan detail deskripsi produk, serta nama Anda sebagai penjual. Untuk melakukan transaksi, Anda diharuskan menemui pembeli secara langsung atau Cash On Delivery (COD). Meski transaksi bisa dilakukan melalui transfer dan jasa ekspedisi, COD dimaksudkan untuk meminimalisir penipuan.

### **Manfaatkan Grup Jual Beli**

Selain menggunakan fitur marketplace, cara lain untuk berjualan di Facebook adalah dengan bergabung di grup jual beli. Anda bisa bergabung dengan grup jual beli berdasarkan lokasi yang bisa dijangkau. Anda hanya perlu mengunggah atau memposting produk untuk meningkatkan peluang produk terjual dengan cepat. Nantinya, calon pembeli akan menghubungi melalui pesan di Facebook atau kontak yang Anda cantumkan.

### **Gunakan Foto yang Menarik**

Salah satu tips agar penjualan Anda cepat laku adalah dengan memposting foto produk yang menarik. Pastikan foto yang Anda gunakan berkualitas baik dan tidak buram. Gunakan juga foto produk asli atau real. Jangan sampai pembeli kecewa karena foto produk dan kondisi barang tidak sesuai atau tidak sama.

### **Berikan Respons yang Baik**

Dalam menanggapi pesan dari calon pembeli, Anda tidak boleh terlalu pilih-pilih. Melayani semua calon pembeli dengan memberikan respon yang baik walaupun pada

akhirnya tidak membeli atau sekedar bertanya. Dengan merespons dengan baik dan cepat, Anda akan mendapatkan lencana “Sangat Responsif” dari pembeli, yang memungkinkan mereka untuk membeli kembali.

### **b. Berjualan di Shopee**

Seiring dengan semakin populernya Shopee, banyak orang yang memutuskan untuk menjadi penjual di Shopee, baik sebagai usaha sampingan maupun sebagai sumber penghasilan utama. Anda harus memanfaatkan momentum ketenaran Shopee ini untuk memajukan bisnis jualan online Anda!

Keuntungan Berjualan di Shopee Sebagai platform jual beli, Shopee menawarkan banyak keuntungan bagi siapa saja yang ingin berjualan di dalamnya, antara lain:

1. Praktis, karena hanya dengan smartphone Anda bisa memasarkan bisnis Anda. Cocok untuk pelajar atau ibu rumah tangga yang masih ingin berpenghasilan dan bisa dijalankan dari rumah
2. Memiliki banyak konsumen dan akan terus berkembang kedepannya
3. Sudah terintegrasi dengan layanan pengiriman paket
4. Sering menawarkan berbagai promo menarik yang menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen.

### **Cara Jualan di Shopee**

Shopee merupakan salah satu situs belanja online pendatang baru, jika dibandingkan dengan situs belanja online lainnya. Kehadiran Shopee di Indonesia dimulai pada Desember 2015. Pencapaian Shopee melalui marketplace-nya adalah melalui promosi, yang dalam waktu singkat pengguna shopee tidak kalah dengan online shop kompetitor lainnya. Chris Feng adalah sosok penting di balik sejarah berdirinya Shopee sekaligus CEO yang merupakan lulusan terbaik sebuah universitas di Singapura. [5]

Berikut cara berjualan di Shopee untuk dilakukan pemula agar produk bisnis Anda dapat menjangkau konsumen yang luas:

5. Daftar Jualan di Shopee

Hal pertama yang harus Anda lakukan tentu saja mendaftar dan membuat akun di Shopee. Karena tanpa memiliki akun, Anda tidak bisa melakukan aktivitas jual beli. Untuk mendaftar penjualan di Shopee, Anda hanya diharuskan memiliki akun email dan nomor ponsel yang aktif.

Setelah mengisi formulir dengan lengkap, Anda akan menerima email aktivasi atau SMS berisi kode OTP. Gunakan email atau kode OTP yang Anda terima untuk memverifikasi akun Anda dan menyelesaikan proses pendaftaran.

#### 2. Membuka Toko

Setelah berhasil membuat akun, Anda dapat mulai membuka toko, dengan cara:

- Buka Shopee melalui desktop
- Klik Seller Center di pojok kiri atas
- Isi profil toko Anda, yang meliputi nama, deskripsi, foto profil, dan gambar spanduk.

#### 3. Mengunggah Produk

Sekarang saatnya Anda mengunggah produk yang akan Anda tawarkan kepada konsumen. Agar lebih menarik, pastikan Anda menyiapkan foto produk berkualitas tinggi untuk diunggah ke akun toko Anda. Pastikan foto produk dapat dengan jelas menunjukkan produk, baik dari segi bentuk, warna, maupun ukuran, untuk memudahkan calon pembeli memahami produk Anda.

Isi detail produk untuk melengkapi foto produk, seperti nama produk, jenis, deskripsi, ukuran, merek, dan lainnya. Shopee kemudian akan memeriksa dan memverifikasi produk yang Anda jual dalam waktu 1 x 24 jam pada hari kerja.

#### 4. Mempromosikan Toko dan Produk

Ketika proses verifikasi selesai oleh Shopee, produk Anda sudah dapat ditampilkan di jendela toko. Selanjutnya, Anda tinggal melakukan promosi. Promosi dilakukan tentunya agar merchandise Anda dapat dilihat oleh calon pengunjung, mempertimbangkannya, dan akhirnya memutuskan untuk membeli. Shopee memberikan kesempatan kepada penjual untuk mendongkrak produknya setiap empat jam sekali.

Cara promosi umum lainnya adalah dengan membagikan tautan penjualan Anda melalui media sosial.

### Cara menjual barang di Shopee

Agar metode penjualan Anda di Shopee selesai, jangan lupa untuk menyiapkan strategi penjualan online agar produk Anda dapat menjangkau konsumen potensial seluas-luasnya, dengan harapan tingkat konversi dan penjualan yang tinggi.

Berikut lima tips strategi jualan online yang bisa Anda terapkan di Shopee.

#### 1. Gunakan Fitur Gratis Pengiriman

Shopee memberikan fitur gratis ongkos kirim atau ongkos kirim dengan minimum pembelian mulai dari Rp 0, Rp 30.000, Rp 90.000 dan Rp 200.000. Program pengiriman gratis ini adalah salah satu daya tarik terbesar yang pasti akan dipertimbangkan oleh calon pembeli.

Segera aktifkan fitur tersebut, karena untuk mengaktifkannya syaratnya hanya foto KTP dan foto selfie Anda yang sedang memegang KTP. Jika sudah mengaktifkan fitur ini, maka ketika pembeli menggunakan voucher gratis ongkos kirim, Anda tidak perlu lagi membayar ongkos kirim ke jasa ekspedisi.

#### 2. Perbanyak Varian Produk

Strategi ini mungkin tidak langsung berhasil di awal. Namun, ketika toko Anda semakin ramai dan orang-orang mulai mengenalinya, mulailah melakukan diversifikasi produk, atau memperbanyak merchandise Anda.

Semakin banyak produk yang dipajang di etalase, semakin besar kemungkinan untuk mendapatkan pembeli. Jika produk yang ditampilkan toko Anda kurang dari lima, sudah pasti akan lebih sulit mencari pembeli.

Untuk memudahkan penjual dalam melakukan proses upload sehingga tidak memakan waktu terlalu lama, Shopee telah menyediakan fitur upload massal.

#### 3. Buat Produk yang Banyak Dicari Konsumen

Sebagai seorang online trader, Anda dituntut untuk pandai membaca tren yang sedang berkembang di masyarakat. Penjualan Anda akan meningkat pesat jika Anda menawarkan produk yang banyak diminati atau sedang dicari banyak orang.

Agar bisa unggul saat bersaing dengan penjual lain yang menjual produk serupa, cobalah menawarkan produk Anda dengan

harga lebih murah. Tentunya setelah melalui proses perhitungan jika dibandingkan dengan modal yang dikeluarkan, dan seberapa besar Anda ingin mengambil keuntungan.

#### 4. Tingkatkan Jumlah Follower Toko

Seperti halnya media sosial, Shopee juga menerapkan fitur follower dan following untuk setiap akunnya. Jumlah followers sangat mempengaruhi kinerja penjualan suatu toko. Semakin banyak followers atau pengikut toko Anda, semakin besar kepercayaan pelanggan terhadap toko tersebut. Alhasil, konsumen akan nyaman dan memutuskan untuk membeli produk yang mereka cari di toko Anda.

#### 5. Ikuti Program Khusus dari Shopee

Sebagai platform marketplace, Shopee menyediakan banyak program khusus yang dapat dimanfaatkan oleh penjual. Salah satu yang paling ditunggu oleh konsumen adalah flash sale. Flash sale adalah program untuk menjual produk dengan harga diskon dalam waktu singkat yang telah ditentukan.

Program flash sale ini dapat diikuti oleh seluruh pengguna Shopee dan dikenal oleh masyarakat luas, sehingga sebagai seller, Anda akan rugi jika tidak menggunakannya.

#### 3) Mempromosikan dengan cara beli 2 gratis 1

“Beli 2 Gratis 1” merupakan salah satu kalimat promosi yang menarik konsumen untuk membeli produk kita. Kata-kata seperti ini menawarkan konsumen bahwa mereka akan mendapatkan 3 produk hanya dengan membayar 2 produk.

Diharapkan dengan strategi ini dapat menarik pembeli lebih banyak lagi dan dapat meningkatkan hasil yang diperoleh.

Promosi merupakan hal terpenting dalam sebuah institusi dalam mengenalkan program-programnya, tidak terkecuali perpustakaan. Melalui promosi, para pemustaka akan tahu koleksi dan layanan apa saja yang ada di perpustakaan, termasuk kegiatan-kegiatan yang diagendakan. Masing-masing perpustakaan mempunyai keunikan tersendiri dalam hal layanan dan koleksi, seperti corner.

Promosi merupakan hal terpenting dalam sebuah usaha dalam memperkenalkan produk-produknya, tidak terkecuali ukm. Melalui promosi, pembeli akan mengetahui koleksi dan produk apa saja yang ada di ukm. [2]

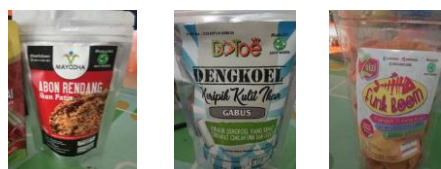
Promosi merupakan salah satu variabel IMC yang digunakan oleh perusahaan untuk berkomunikasi dengan pasarnya, dengan tujuan untuk memperkenalkan produk dan memberikan keyakinan akan manfaat produk tersebut kepada pembeli atau calon pembeli. [6]

Promosi produk memang sangat diperlukan agar dikenal oleh banyak orang sehingga dapat meningkatkan penjualan diharapkan UKM memiliki strategi dalam mempromosikan produknya dengan semenarik mungkin.

Beberapa macam bentuk produk yang dijual oleh UKM Pramesti Malima Energi (PMEFS) yaitu:



**Gambar 2.** Abon Kandas Sarai, Nugget Ikan Gabus dan Bakso Ikan Senangin



**Gambar 3.** Abon Rendang Ikan Patin, Keripik Kulit Ikan Gabus, dan Pangsit Tulang Ikan

## B. Keyakinan Konsumen terhadap kesehatan pasar masih rendah

Pada keyakinan konsumen diharapkan dapat menjadi percaya ketika UKM memiliki sendiri mesin giling daging, karena selama ini UKM melakukan penggilingan daging dipasar dan belum tau kualitas kebersihannya, ini lah penyebab kesehatan pasar juga masih rendah.

Dengan adanya mesin giling sendiri kedepannya UKM dapat memberikan kepercayaan terhadap hasil produksi produk aman dan sehat.

Harapan meningkatnya rasa keyakinan ini sehingga pembeli juga semakin banyak yang membeli produk hasil UKM.

#### 4. KESIMPULAN

Dengan mendapatkan pengetahuan berjualan dengan media sosial atau lapak online sehingga dapat meningkatkan omset UKM Pramesti Malima Energi (PMEFS) dan menambah pengetahuan dan wawasan sehingga produk UKM dapat dikenal secara luas dan dikenal banyak oleh pembeli.

Rasa keyakinan pembeli juga meningkat dengan memberikan rasa percaya kepada konsumen bahwa produk yang dihasilkan higienis dan aman untuk dikonsumsi.

#### 7. REFERENSI

- [1] R. Irawati and E. B. W. Hardiastuti, "Perancangan Standard Operating Procedure ( SOP ) Proses Pembelian Bahan Baku , Proses Produksi dan Pengemasan pada Industri Jasa Boga ( Studi Kasus pada PT . KSM Catering & Bakery Batam )," *J. Akuntansi, Ekon. dan Manaj. Bisnis*, vol. 4, no. 2, pp. 186–193, 2016.
- [2] H. Supriyatno, "Strategi pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi perpustakaan: Studi analisis persepsi pemustaka tentang efektifitas pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi layanan Perpustakaan UIN Sunan Ampel," *Indones. J. Acad. Librariansh.*, vol. 3, no. 3, pp. 33–45, 2019, [Online]. Available: <https://techno.okezone.com>.
- [3] S. Barokah, O. A. D. Wulandari, M. T. Sari, and I. F. Yuditama, "Optimalisasi Digital Marketing melalui Facebook Ads di Kelurahan Purwanegara," *J. Abdimas BSI J. Pengabd. Kpd. Masy.*, vol. 4, no. 1, pp. 17–22, 2021, doi: 10.31294/jabdimas.v4i1.7085.
- [4] T. Atmoko and D. Rianto Rahadi, "Analisis Pemanfaatan Facebook Sebagai Media Promosi Produk Perumahan Pt. Mandiri Agency Pada Masa Pandemi Covid-19," *J. Dimens.*, vol. 10, pp. 213–221, 2021, [Online]. Available: <https://www.journal.unrika.ac.id/index.php/jurnaldms>.
- [5] F. Fauziah, "Strategi Komunikasi Bisnis Online Shop 'Shoppe' Dalam Meningkatkan Penjualan," *Abiwarra J. Vokasi Adm. Bisnis*, vol. 1, no. 2, pp. 45–53, 2020, doi: 10.31334/abiwarra.v1i2.792.
- [6] D. S. Puspitarini and R. Nuraeni, "Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi," *J. Common*, vol. 3, no. 1, pp. 71–80, 2019, doi: 10.34010/common.v3i1.1950.