

## PENINGKATAN PENJUALAN PRODUK DELTA PRESTO PASCA COVID 19

Siti Mundari<sup>1)</sup>, Herlina<sup>2)</sup>

<sup>1</sup> Fakultas Teknik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya  
email: mundari@untag-sby.ac.id

<sup>2</sup> Fakultas Teknik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya  
email: herlina@untag-sby.ac.id

### Abstrak

Kondisi pasca terjadinya pandemi covid 19 saat ini bagi dunia usaha belum sepenuhnya normal seperti semula. Salah satu UKM yang terimbas adanya covid 19 adalah UKM Olahan Ikan Bandeng yaitu Delta Presto. Terjadinya penurunan permintaan bandeng presto secara drastis yaitu sekitar 69% yang disebabkan penurunan konsumsi rumah tangga karena adanya covid 19 sampai saat ini belum sepenuhnya pulih kembali seperti sedia kala. Berbagai usaha telah dilakukan oleh pemilik Delta Presto mulai dari promosi antar teman arisan, teman pengajian, dengan WhatsApp dan dengan Facebook untuk meningkatkan penjualan. Dengan usaha yang telah dilakukan tersebut belum bisa meningkatkan penjualan secara signifikan seperti sebelum terjadinya pandemi covid 19. Untuk itu tim pendamping dari Untag Surabaya membantu UKM Delta Presto supaya penjualan bisa ditingkatkan dengan cara meningkatkan kualitas produk bandeng presto dengan menggunakan alat vacuum sealer supaya produk bisa bertahan lama atau tidak cepat rusak jika dikirim diluar daerah. Disamping vacuum sealer juga mengusahakan kemasan yang lebih baik yaitu kemasan box laminasi agar penampilan kotak bandeng menjadi bersih karena tidak ada noda minyak yang menempel. Upaya lain yaitu dengan mendorong UKM Delta Presto untuk membuat produk baru yaitu berupa bandeng asap yang juga banyak disukai oleh masyarakat. Selain itu tim dari Untag Surabaya memberikan pelatihan pemasaran dengan memanfaatkan aplikasi Go Biz yang bekerja sama membantu seluruh Mitra Usaha Gojek, agar usaha dapat berkembang dengan lebih efektif dan efisien. Dengan demikian diharapkan penjualan bandeng presto bisa kembali meningkat pasca covid 19.

**Kata Kunci:** Delta presto, Pasca Covid 19, Peningkatan penjualan

### Abstract

*The current conditions after the Covid 19 pandemic for the business have not been completely as normal as before. One of the SMEs that has been affected by Covid-19 is the Milkfish Processed UKM, namely Delta Presto. There was a drastic decline in demand for presto milkfish, about 69%, which was due to a decrease in household consumption due to Covid 19, so far it has not fully recovered to normal. The owner of Delta Presto has made various efforts, starting from promotions between social gathering friends, recitation friends, with WhatsApp and with Facebook to increase sales. With the efforts that have been made, they have not been able to increase sales significantly as before the Covid 19 pandemic. For this reason, the companion team from Untag Surabaya is helping UKM Delta Presto so that sales can be increased by increasing the quality of milkfish presto products by giving a vacuum sealer machine so that the product can last old or not quickly damaged if sent to another city. Besides the vacuum sealer, they are also designing on better packaging, namely laminated box packaging so that the appearance of the milkfish box is clean because there are no oil stains attached. Another effort is to encourage UKM Delta Presto to make a new product, namely smoked milkfish which is also much liked by the community. In addition, the team from Untag Surabaya provides marketing training by utilizing the Go Biz application which works together to help all Gojek Business Partners, so that businesses can develop more effectively and efficiently. It is hoped that sales of presto milkfish can increase again after Covid 19.*

*Keywords: Delta presto, post Covid 19, increased sales*

## 1. PENDAHULUAN

Dampak yang ditimbulkan adanya pandemi Covid 19 yang terjadi diseluruh dunia dan termasuk di Indonesia masih terasa saat ini. Kondisi tersebut menjadi penyebab ekonomi masyarakat menjadi terhambat. Omset UKM menurun drastis bahkan banyak juga yang terpaksa menutup usahanya karena distributor hasil produksinya tutup. Salah satu UKM yang terimbas dan saat ini belum pulih adalah UKM Delta Presto yang memproduksi bandeng presto. Penjualan bandeng presto mengalami penurunan yaitu sekitar 69% yang disebabkan adanya pembatasan-pembatasan sehingga terjadi penurunan konsumsi rumah tangga karena adanya covid 19 tersebut. Permasalahan yang dihadapi UKM Delta presto adalah belum naiknya penjualan produk bandeng presto sampai saat ini sejak adanya pandemi covid 19. Untuk itu berbagai upaya atau strategi pemasaran harus dilakukan supaya terjadi peningkatan penjualan. Strategi adalah suatu rencana yang diutamakan untuk mencapai tujuan yang ditentukan (Sudarsono, 2020), sedangkan pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan bisnis yang ditunjukkan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa yang memuaskan kebutuhan berdasarkan kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial (Swastha dan Irawan, 2003).

Berbagai usaha telah dilakukan oleh pemilik Delta Presto mulai dari promosi antar teman arisan, teman pengajian, dengan WhatsApp dan dengan Facebook untuk meningkatkan penjualan. Dengan usaha yang telah dilakukan tersebut belum bisa meningkatkan penjualan secara signifikan seperti sebelum terjadinya pandemi covid 19. Menurut Kereh et al. (2018) strategi pemasaran mempunyai peranan penting untuk mencapai keberhasilan usaha. Untuk itu tim pendamping dari Untag Surabaya

membantu UKM Deltra Presto supaya penjualan bisa ditingkatkan dengan cara meningkatkan kualitas produk bandeng presto dengan mengusahaan alat vacum sealer supaya produk bisa bertahan lama atau tidak cepat rusak jika dikirim diluar daerah. *Vaccum sealer* yang ada saat ini daya terlalu kecil sehingga daya serap kurang maksimal yang menyebabkan produk kurang tahan lama dan juga pemakaian tidak dapat lebih dari 30 ekor karena sealer tidak kuat dan akan rusak. Disamping vacum sealer juga mengusahakan kemasan yang lebih baik yaitu kemasan box laminasi agar penampilan kotak bandeng menjadi bersih karena tidak ada noda minyak yang menempel. Upaya lain yaitu dengan mendorong UKM Delta Presto untuk membuat produk baru yaitu berupa bandeng asap yang juga banyak disukai oleh masyarakat. Selain itu tim dari Untag Surabaya memberikan pelatihan pemasaran dengan memanfaatkan aplikasi Go Biz yang bekerjasama membantu seluruh Mitra Usaha Gojek, agar usaha dapat berkembang dengan lebih efektif dan efisien. Dengan demikian diharapkan penjualan bandeng presto bisa kembali meningkat pasca covid 19 sehingga keuntungan bisa ditingkatkan. Hasan dalam Imran dan Santi (2019) menyatakan bahwa pemasaran adalah proses mengidentifikasi, menciptakan dan mengkomunikasikan nilai, serta memelihara hubungan yang memuaskan pelanggan untuk memaksimalkan keuntungan perusahaan.

## 2. METODE

Kegiatan Program Pengabdian ini dilakukan dengan cara langsung berinteraksi dengan UKM Delta Presto untuk membantu menyelesaikan masalah yang dihadapi, sedangkan tahapan kegiatan yang dilaksanakan untuk menyelesaikan permasalahan tersebut, sebagai berikut:

- a. Mengusahakan pengadaan alat vacuum sealer

- b. Mengusahakan pengadaan kemasan box laminasi
- c. Memproduksi bandeng asap
- d. Memberikan pelatihan pemasaran dengan memanfaatkan aplikasi Go Biz yang bekerjasama membantu seluruh Mitra Usaha Gojek, agar usaha dapat berkembang dengan lebih efektif dan efisien

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan yang telah dilaksanakan oleh Tim Pendamping Untag Surabaya dalam melaksanakan program pengabdian ini adalah:

- a. Merealisasikan pengadaan alat vacum sealer agar produk bisa tahan lama yaitu bisa tahan sekitar 2 sampai 3 bulan dengan kapasitas lebih besar dan bisa digunakan dalam waktu yang lama, mengingat alat vacum yang dimiliki saat ini kecil dan cara memvakumnya satu per satu untuk sekali proses dan bandeng presto hanya bisa tahan satu minggu. Berikut adalah foto alat vacum sealer yang lama.



Gambar 1. Alat Vacuum sealer lama

Berikut foto alat vacuum sealer sesuai dengan kebutuhan UKM Delta Presto



Gambar 2. Alat Vacuum sealer baru

Pengadaan alat ini dimaksudkan agar UKM Delta Presto bisa meningkatkan kualitas produknya jika dikirim ke luar pulau atau luar negeri tidak mudah rusak, cara memvakumnya bisa sekaligus 2 bandeng untuk divakum. Dengan alat vacuum ini diharapkan penjualan dapat meningkatkan produksinya dan bisa melayani jika permintaan banyak dan waktu pengiriman yang lama.

- b. Merealisasikan pengadaan yaitu kemasan box laminasi agar penampilan kotak bandeng menjadi bersih karena tidak ada noda minyak yang menempel dengan harapan produk bandeng presto yang dikirimkan kepada konsumen tampilannya bersih dan menarik. Kemasan bandeng goreng yang tidak ada laminasinya membuat terlihat berminyak dan terlihat kotor. Penampilan produk adalah gambar yang dirancang untuk dapat ditampilkan secara menarik kepada pelanggan (Setianingtyas & Nurlaili, 2020). Dengan penampilan produk yang menarik akan memotivasi konsumen untuk membeli.

Berikut adalah Foto kemasan produk bandeng presto dari UKM Delta Presto.



Gambar 3. Kemasan bandeng presto tanpa Laminasi

Berdasarkan gambar diatas tampak kemasan bandeng presto goreng yang tidak ada laminasinya terlihat berminyak dan kotor sehingga tampilanya kurang menarik.

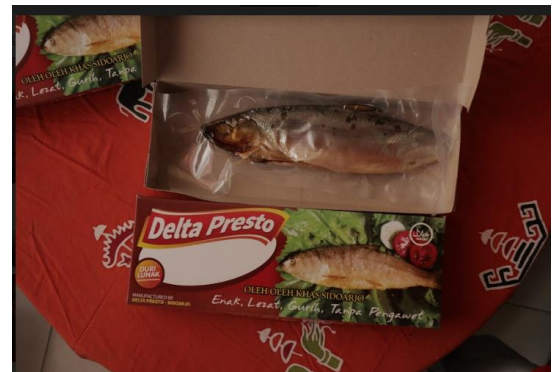


Gambar 4. Kemasan bandeng presto berlaminasi.

Dengan kemasan berlaminasi terlihat tampilanya bersih tanpa noda minyak menempel pada kemasan.

- c. Membuat produk baru yaitu berupa bandeng asap yang juga banyak disukai oleh masyarakat. Produk bandeng asap diproduksi atas usulan beberapa konsumen yang menginginkan varian lain dari pengolahan bandeng selain bandeng presto dan ternyata hasil produksi bandeng asap tersebut rasanya enak, tidak kalah enakya dengan dengan bandeng presto. Dengan hasil olahan bandeng asap tersebut diharapkan penjualan bisa ditingkatkan dengan membidik penggemar bandeng asap.

Berikut adalah Foto produk bandeng asap



Gambar 5. Produk Bandeng Asap

- d. Pelatihan pemasaran dengan aplikasi Go Biz

Pelatihan pemasaran dengan memanfaatkan aplikasi Go Biz yang bekerjasama membantu seluruh Mitra Usaha Gojek, agar usaha dapat berkembang dengan lebih efektif dan efisien. Untuk meningkatkan penjualan pengenalan produk kepada konsumen harus dilakukan sebanyak mungkin agar banyak konsumen yang tahu adanya produk bandeng presto produksi Delta Presto yang rasanya enak, dengan harapan banyak konsumen yang membeli produk tersebut. Menurut Kotler (2005: 18) menyatakan bahwa produk adalah segala sesuatu yang bersifat fisik maupun non fisik yang dapat ditawarkan kepada konsumen untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan. Selama ini usaha penjualan dilakukan dengan menawarkan kepada tetangga, teman-arian, kelompok pengajian dan menggunakan WhatsAp serta Facebook. Dengan Pelatihan pemasaran dengan memanfaatkan aplikasi Go Biz yang bekerjasama membantu seluruh Mitra Usaha Gojek tersebut jangkauan pemasaran yang lebih luas diharapkan bisa direalisasikan, dengan usaha tersebut peningkatan penjualan bisa terjadi.

Berikut adalah Foto tahapan dalam mendaftar pada aplikasi Go Biz.

Gambar 6. Tahapan Mendaftar Go Biz

Adanya pandemi Covid 19 yang terjadi sejak Maret 2020 betul-betul dirasakan UKM Delta Presto karena penjualannya yang turun drastis, oleh karena itu untuk bisa bertahan sampai sekarang dibutuhkan kerja keras dengan memanfaatkan media sosial yang ada seoptimal mungkin. Dengan pendampingan Tim Pengabdian dari Untag Surabaya usaha meningkatkan penjualan bisa dilakukan seoptimal mungkin.

#### 4. KESIMPULAN

Program pendampingan pengabdian masyarakat yang telah dilaksanakan Tim Untag Surabaya yaitu peningkatan penjualan pasca Covid 19 semua terealisasi sesuai dengan rencana yang meliputi pengadaan peralatan vacuum sealer, pengadaan kemasan berlaminasi, produksi bandeng asap dan pelatihan pemasaran dengan memanfaatkan aplikasi Go Biz telah terlaksana. Dengan terealisasinya program tersebut diharapkan dapat meningkatkan penjualan produk-produk olahan Delta Presto, paling tidak meningkat seperti sebelum adanya Covid 19 dan harapannya bisa lebih banyak.

#### 5. UCAPAN TERIMA KASIH

Kami ucapkan terima kasih kepada Bpk Rektor Untag Surabaya dan LPPM Untag Surabaya, serta pihak-pihak yang telah kami libatkan dalam membantu program pengabdian ini baik secara moril maupun materiil sehingga dapat menghasilkan luaran berupa artikel ilmiah ini

#### 6. REFERENSI

- [1]. Basu Swastha dan Irawan. 2003. *Manajemen Pemasaran Modern*. (Edisi kedua). Cetakan ke sebelas. Yogyakarta : Liberty Offset.
- [2] Imran, I., Santi, A. P. 2019. *Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Cv. Ra Raihan Konveksi dengan Pendekatan Blue Ocean Strategy*. *Jurnal Ekonomi*, 22(2), 102–118. <https://doi.org/10.47896/je.v22i2.62>
- [3]. Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1 dan 2. Jakarta. PT Indeks Kelompok Gramedia.

[4] Kereh, F., Tumbel, A. L., Loindong, S. S. R.2018. *Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Motor Yamaha Mio Pada Pt. Hasjrat Abadi Outlet Yamaha Sam Ratulangi*. Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi, 6(2), 968–977. <https://doi.org/10.35794/emba.v6i2.20024>

[5].Sudarsono,H.2020.*BukuAjar: Manajemen Pemasaran*. CV Pustaka Abadi.

[6] Setianingtyas, A., Nurlaili, E. I. 2020. *Analisis Social Media Marketing dan Tampilan Produk dalam Meningkatkan Penjualan Produk Pamos Shop Mojokerto*. Jurnal Manajemen Bisnis, 17(2):207. doi: 10.38043/jmb.v17i2.2365.