

**STRATEGI PROMOSI DALAM MENINGKATKAN STICK JAGUNG DI UMKM  
(CAHAYA BINTANG CAKRAWALA) DI MOODU KEC. KOTA TIMUR KOTA  
GORONTALO**

**PROMOTIONAL STRATEGY FOR INCREASING CORN STICK SALES AT  
UMKM CBC (CAHAYA BINTANG CAKRAWALA) IN MOODU DISTRICT. EAST  
CITY GORONTALO KOTA GORONTALO**

Nur Novianti Noho<sup>1)</sup>, Sudarsono<sup>2)</sup>, Fitriyani Husain<sup>3)</sup>  
<sup>(1,2,3)</sup>S-1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Bina Mandiri Gorontalo, Kota Gorontalo, Indonesia  
Email : [nohonur@gmail.com](mailto:nohonur@gmail.com)  
Email : [Sudardono@ubmg.ac.id](mailto:Sudardono@ubmg.ac.id)  
Email : [fitriyani.husain@ubmg.ac.id](mailto:fitriyani.husain@ubmg.ac.id)

**ABSTRACT**

The current study aims 1) The objectives of this research are 1) To find out the sales strategy for corn sticks at Cahaya Bintang Cakrawala UMKM (CBC) in Moodu, District East City Gorontalo City. 2) To find out about promotions to increase sales of jaguan sticks at UMKM CBC (Cahaya Bintang Cakrawala) in Moodu, Kec. East City, Gorontalo City. The method used in this study is descriptive qualitative methods with observation data collection techniques, in-depth interviews, and documentation. The result of the study shows that 1) The promotional strategy implemented by UMKM Cahaya Bintang Cakrawala in Moodu, Kota Timur District, Gorontalo City is expanding market share by introducing goods or products on social media and frequently participating in UMKM exhibitions held by the government, Indonesian banks, private parties and in real terms through MSME product exhibitions at certain events related to the business world. Then provide promos. 2) Promotion to increase sales of corn sticks at UMKM CBC (Cahaya Bintang Cakrawala) in Moodu District, East City, Gorontalo City, by carrying out promotions to convey sales to the public by creating interesting promotional content on social media so that consumers know about the existence of the corn stick sanduse Facebook media as a media place or means of disseminating information about the corn stick business and word to mouth media or mouth to mouth.

**Keywords :** Promotion Strategy, Sales

**ABSTRAK**

Tujuan penelitian ini adalah 1) Untuk mengetahui strategi penjualan stick jagung di UMKM (CBC) Cahaya Bintang Cakrawala di Moodu, Kec. Kota Timur, Kota Gorontalo. 2) Untuk mengetahui promosi dalam meningkatkan penjualan stick jaguan di UMKM CBC (Cahaya Bintang Cakrawala) di Moodu, Kec. Kota Timur, Kota Gorontalo. Metode dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif studi kasus dengan teknik pengumpulan data observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa 1) Strategi promosi yang diterapkan UMKM Cahaya bintang Cakrawala di Moodu Kecamatan Kota Timur Kota Gorontalo memperluas pangsa pasar dengan memperkenalkan barang atau produk ke media sosial dan sering mengikuti pameran UMKM yang dilaksanakan oleh pemerintah, bank indonesia, pihak swasta dan secara *rill* melalui pameran produk UMKM, *event-event tertentu yang berhubungan dengan dunia bisnis*. Kemudian memberikan promo-promo. 2) Promosi dalam meningkatkan penjualan stick jagung di UMKM CBC (Cahaya Bintang Cakrawala) di Moodu Kec. Kota Timur, Kota Gorontalo dengan melakukan promosi menyampaikan penjualan kepada publik dengan cara membuat konten promosi yang menarik di media sosial sehingga para konsumen mengetahui keberadaan stick jagung tersebut serta memanfaatkan media facebook sebagai tempat media atau sarana menyebarkan informasi tentang usaha stick jagung dan media *word to mouth* atau mulut ke mulut.

**Kata Kunci:** Strategi Promosi, Penjualan

## PENDAHULUAN

UMKM (Usaha Mikro kecil Menengah) memegang peranan yang sangat besar dalam memajukan perekonomian Indonesia. Selain sebagai salah satu alternative lapangan kerja baru, UMKM juga berperan dalam mendorong laju pertumbuhan ekonomi pasca krisis moneter tahun 1997 di saat perusahaan-perusahaan besar mengalami kesulitan dalam mengembangkan usahanya. Saat ini UMKM telah berkontribusi besar pada pendapatan daerah maupun pendapatan Negara Indonesia. Ini UMKM telah berkontribusi besar pada pendapatan daerah maupun pendapatan Negara Indonesia. Adanya UMKM di Indonesia dapat mengurangi pengangguran yang diakibatkan tidak terserapnya angkatan kerja dalam dunia kerja, peran UMKM yang begitu penting bagi perekonomian Indonesia membuat pemerintah Indonesia terus berupaya mendukung UMKM untuk terus maju. Dukungan pemerintah Indonesia salah satunya berupa dukungan financial dan kelengkapan bahan baku melalui badan usaha milik Negara (BUMN).

Untuk menjalankan UMKM bisa dikembangkan dengan berbagai sarana salah satunya adalah pemanfaatan teknologi. Pemanfaatan teknologi saat ini merupakan tantangan tersendiri bagi UMKM dalam menjalankan usahanya untuk tetap bertahan. Perkembangan teknologi saat ini sangat pesat bukan hanya di Indonesia saja yang mengalami perkembangan teknologi secara signifikan setiap waktu tetapi dunia ikut merasakannya. Didalam kehidupan ini kemajuan teknologi akan selalu berkembang bersamaan dengan berkembangnya ilmu pengetahuan [2].

Di Gorontalo memiliki UMKM yang bergerak di bidang pangan oleh karena itu usaha pangan memiliki potensi yang besar untuk dikembangkan. Selain itu juga dapat menciptakan kreativitas dan inovasi yang sejalan dengan usaha untuk mempertahankan dan mengembangkan unsur-unsur kebudayaan masyarakat. Pada sisi lain, UMKM mampu membentuk tenaga kerja dalam bentuk skala yang besar sehingga hal ini dapat mengurangi angka kemiskinan dan tingkat pengangguran karena meningkatnya jumlah penduduk yang besar sehingga hal ini dapat menjadi solusi bagi perekonomian masyarakat sehingga dapat mengembangkan usaha yang dimiliki.

Manfaat dari kegiatan promosi diantaranya adalah mengetahui produk yang diinginkan para konsumen, mengetahui harga yang sesuai dengan kondisi pasaran, mengetahui strategi promosi yang tepat kepada para konsumen, mengetahui kondisi persaingan pasar dan cara mengatasinya, menciptakan image sebuah produk dengan adanya promosi. Selain itu manfaat dari promosi juga agar produk bisa dikenal dan bisa meningkatkan penjualan, dalam perusahaan UMKM pengenalan produk melalui media social seperti facebook, instagram, Wa dan pengenalan produk dari mulut kemulut.

Berdasarkan observasi penelitian pada UMKM Cahaya Bintang Cakrawala strategi yang telah dilakukan untuk meningkatkan penjualan yaitu meningkatkan promosi produk di media online serta melalui kegiatan-kegiatan luar seperti pameran produk UMKM yang dilaksanakan oleh berbagai instansi terkait. Oleh karena itu saya ingin melakukan penelitian "Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Penjualan Stick Jagung di UMKM CBC (Cahaya Bintang Cakrawala) di Moodu Kec. Kota Timur Kota Gorontalo".

### Ilmu Manajemen

Manajemen adalah sebagai sebuah proses perencanaan, pengorganisasian, pengoordinasian, dan pengontrolan sumber daya untuk mencapai sasaran secara efektif dan efisien. Efektif berarti bahwa tujuan dapat dicapai sesuai dengan perencanaan, sementara efisien berarti bahwa tugas yang ada dilaksanakan secara benar, terorganisir, dan sesuai dengan jadwal [5].

Manajemen adalah suatu ilmu yang mempelajari tentang pengolahan sumber daya organisasi secara efektif dan efisien dalam rangka mencapai tujuan melalui proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengawasan [9].

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa manajemen adalah ilmu yang mempelajari sebuah proses perencanaan, pengorganisasian, pengoordinasian, dan pengontrolan untuk mencapai tujuan bersama.

### **Manajemen Pemasaran**

Manajemen pemasaran sebagai seni dan ilmu memilih pasar sasaran dan mendapatkan, mempertahankan, dan menumbuhkan pelanggan melalui penciptaan, penyampaian, dan pengkomunikasian nilai pelanggan yang unggul. Manajemen pemasaran merupakan suatu usaha untuk merencanakan, mengarahkan serta mengawasi atau mengendalikan kegiatan pemasaran [6].

Manajemen adalah perencanaan, pelaksanaan dan pengendalian pemasaran secara total termasuk perumusan tujuan kebijakan menciptakan pertukaran dan memenuhi kebutuhan maupun keinginan konsumen baik individu maupun organisasi [3].

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa manajemen pemasaran adalah penetapan suatu organisasi, perencanaan, dan pelaksanaan aktivitas untuk memenuhi tujuan tersebut.

### **Promosi**

Promosi didefinisikan menurut Firmansyah (2018:200) promosi adalah sebagai upaya memperkenalkan produk dan jasa agar bisa dikenal dan diterima publik [1]. Promosi merupakan alat yang diandalkan untuk memastikan bahwa audiens sasaran tawaran anda, mereka percaya akan merasakan manfaat yang dijanjikan dan akan terinspirasi untuk bertindak [10].

Promosi adalah kegiatan yang harus dilakukan oleh perusahaan untuk memperkenalkan produk dan menarik daya pelanggan [11].

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa promosi adalah suatu kegiatan untuk menarik para pelanggan sehingga penjualan yang kita lakukan laris dengan baik.

### **Usaha Mikro Kecil Menengah**

Sesuai dengan kriteria yang ditetapkan oleh undang-undang No.20 tahun 2008. UMKM adalah sebuah bisnis yang dijalankan individu, rumah tangga.

#### **1. Usaha Mikro**

Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sehingga mampu beradaptasi dengan konsumen agar menghasilkan hasil.

#### **2. Usaha Kecil**

Usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian langsung atau tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar sehingga mampu menghasilkan keuntungan yang lebih baik.

#### **3. Usaha Menengah**

Usaha ekonomi menengah adalah usaha yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha atau bukan merupakan anak dari perusahaan.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif Analisis data yang digunakan bersifat induktif berdasarkan fakta-fakta yang ditemukan dilapangan. Artinya dalam penelitian ini bertujuan untuk memperoleh gambaran yang sebenar-benarnya terhadap “Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Penjualan Stick Jagung diUMKM CBC (Cahaya Bintang Cakrawala) di Moodu Kec. Kota Timur Kota Gorontalo”.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode studi kasus yang di dalamnya mencakup fenomenal “Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Penjualan Stick Jagung diUMKM CBC (Cahaya Bintang Cakrawala) di Moodu Kec. Kota Timur Kota Gorontalo”.

### **Metode Pengolahan dan Analisis Data**

Data yang diperoleh akan dianalisis akan melalui tahapan-tahap pemeriksaan data dan pemeriksaan kode yaitu sebagai berikut: [8].

#### 1. Pengolahan Data

Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan 3 (tiga) metode pengolahan data yaitu pengolahan data manual semua proses pengumpulan data dilakukan dengan campur tangan manusia tanpa menggunakan perangkat elektronik atau perangkat lunak otomatisasi. Dan pengolahan data mekanis yaitu data diproses secara mekanis melalui perangkat dan mesin seperti mesin atau mesin cetak. Sedangkan metode pengolahan data elektronik merupakan pengolahan data terbaru dan tercepat karena pengolahan data elektornik diproses dengan teknologi modern menggunakan perangkat lunak dan program pengolahan data.

#### 2. Analisis Data

Analisis data dalam penelitian kualitatif adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain sehingga lebih mudah dipahami, dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain [13].

## **HASIL PENELITIAN**

Metode wawancara menggunakan pedoman wawancara sesuai dengan topik. Sehingga dalam menentukan penelitian ini ada 2 tujuan peneltian yaitu Untuk mengetahui strategi penjualan stick jagung di UMKM (CBC) Cahaya Bintang Cakrawala di Moodu, Kecamatan Kota Timur, Kota Gorontalo dan Untuk mengetahui promosi dalam meningkatkan penjualan stick jaguan di UMKM (CBC) Cahaya Bintang Cakrawala di Moodu, Kecamatan Kota Timur, Kota Gorontalo.

### **1. Strategi Penjualan Stick Jagung Di UMKM (CBC) Cahaya Bintang Cakrawala Di Moodu, Kecamatan Kota Timur, Kota Gorontalo.**

#### a. Bagaimana Strategi Penjualan Yang Di Tetapkan Oleh UMKM (CBC) Cahaya Bintang Cakawala.

Berdasarkan hasil wawancara yang di lakukan oleh peneliti pada hari Jum’at Tanggal 11 Agustus 2023 yang di lakukan bersama S.K terkait dengan Bagaimana Strategi Penjualan Yang Di Tetapkan Oleh UMKM (CBC) Cahaya Bintang Cakrawala?

*“Strategi penjualan ada pejualan langsung dan tidak langsung atau lewat perantara. Pejualan langsung itu tanpa perantara penjualan langsung ke konsumen orang beli di tempat produksi atau lewat sosial media kemudian kami deliveri. Kemudian penjualan tidak langsung itu kami titipkan di toko maharani baru sekarang sudah ada di bandara, di dekranasta. Kemudian strategi penjualan yang lainnya kita setiap rutin ikut pameran. Pameran yang dilakukan oleh instansi pemerintah, Bank Indonesia, swasta itu adalah salah satu strategi untuk melakukan penjualan”.*(wawancara dengan S.K)

Dari hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa strategi diterapkan adalah penjualan langsung dan tidak langsung. Penjualan toko sering mengikuti pameran yang dilaksanakan langsung oleh pemerintah, bank indonesia dan swasta

#### b. Berbagai Strategi Yang Di Tetapkan Oleh UMKM Menurut Ibu Manakah Yang Paling Efektif Dalam Meningkatkan Penjualan.

Berdasarkan hasil wawancara yang di lakukan oleh peneliti pada hari Jum'at Tanggal 11 Agustus 2023 yang di lakukan bersama S.K terkait dengan Berbagai strategi yang di tetapkan oleh UMKM (CBC) Cahaya Bintang Cakrawala?

*“Strategi yang efektif adalah melakukan pameran. Karena program pameran yang dilakukan oleh pemerintah dan pihak swasta sudah sangat digencarkan sekali karena untuk memulihkan ekonomi. Strategi mengikuti pameran sangat efektif sekali karena orang langsung datang dan melakukan tester kemudian kita langsung transaksi di tempat dan tidak ada perantara langsung kekonsumen. Kemudian di pameran kita jugabisa mendapatkan jaringan, yang dimaksud jaringan itu mendapat orang baru dan kenalan baru dari pemeran tersebut”.*(wawancara dengan S.K)

Dari hasil wawancara di atas dapat di simpulkan bahwa strategi yang paling efektif untuk melakukan penjualan adalah untuk mengikuti pameran produk UMKM baik yang dilaksanakan oleh pemerintah maupun pihak Swasta.

c. Hambatan yang Di Hadapi Oleh UMKM Dalam Melakukan Penjualan.

Berdasarkan hasil wawancara yang di lakukan oleh peneliti pada hari Jum'at Tanggal 11 Agustus 2023 yang di lakukan bersama S.K terkait dengan Hambatan apa saja yang di hadapi dalam melakukan penjualan produk UMKM (CBC) Cahaya Bintang Cakrawala?

*“Hambatan yang di hadapi dalam melakukan penjualan adalah biaya ongkir. Jadi penjualan itu yang memesan dari sosial media tidak memesan karena ongkirnya mahal dari pada harga produk. Kemudian hambatan selanjutnya adalah cuaca kalau misalnya lagi hujan deras karena mereka konsumen tidak membeli produk karena memakai transportasi ojek online. Kalau secara langsung penjualan di pameran tidak ada hambatan yang signifikan palingan hambatan di pameran adalah persaingan produk”.* (wawancara dengan S.K)

Dari hasil wawancara di atas dapat di simpulkan hambatan yang di hadapi dalam penjualan adalah biaya ongkir yang mahal dari pada harga produk ketika di lakukan penjualan langsung melalui pesanan media sosial, kemudian hambatan selanjutnya adalah cuaca ketika melakukan penjualan langsung, hambatan penjualan produk di pameran adalah pesaingan produk UMKM yang di tawarkan ke konsumen.

d. Harga Produk Stick Jagung

Berdasarkan hasil wawancara yang di lakukan oleh peneliti pada hari Jum'at Tanggal 11 Agustus 2023 yang di lakukan bersama S.K terkait dengan berapa kisaran harga produk stick jagung yang di jual UMKM (CBC) Cahaya Bintang Cakrawala?

*“Harga produk yang di jual dari lima belas ribu yang merupakan produk kecil dan yang besar ukuran satu kilo gram sekitaran seratu tiga puluh lima ribu”.*(wawancara dengan S.K)

Dari hasil wawancara di atas dapat di simpulkan harga produk yang di jual adalah sekitaran lima belas ribu sampai dengan tiga puluh lima ribu untuk masing-masing ukuran produk yang di jual.

e. Proses Penjualan Pada UMKM Cahaya Bintang Cakrawala.

Berdasarkan hasil wawancara yang di lakukan oleh peneliti pada hari Jum'at Tanggal 11 Agustus 2023 yang di lakukan bersama S.K terkait dengan Bagaimna proses penjualan pada UMKM (CBC) Cahaya Bintang Cakrawala?

*“Proses penjualannya mulai dari penjuluan langsung yaitu konsumen melakukan pemesanan kemudian kami mengorder ojol online melakukan pengantaran langsung ke konsumen kalau di daerah lokal. Kemudian di luar kota gorontalo konsumen melakukan pemesanan kemudian melakukan pembayaran kemudian kami mnegirimproduk yang di pesan oleh konsumen, ini adalah proses*

*penjualannya dan yang memesan produk adalah orang perorang. Kalau penjualan dan yang memesan adalah instansi-instansi prosesnya adalah mereka melakukan pemesanan tapi dalam jumlah banyak kemudian kami keluarkan nota tagihan atau belakangan”.*(wawancara dengan S.K)

Dari hasil wawancara di atas dapat di simpulkan proses penjualan produk orang perorang yaitu konsumen langsung memesan produk melalui media sosial dan cara pengirimannya melalui ojek online dan pembayarannya langsung di tempat. kemudian penjualan produk di luar kota gorontalo konsumen langsung membayar pembayaran pesanan kemudian produk yang di pesan akan di kirim. Kemudian penjualan kepada instansi-instansi proses penjualannya adalah mereka memesan produk dengan jumlah yang banyak kemudian pihak UMKM mengeluarkan nota pembayaran dan kemudian pihak instansi melakukan pembayaran dengan cara transfer.

f. UMKM Memberikan Bonus Kepada Konsumen.

Berdasarkan hasil wawancara yang di lakukan oleh peneliti pada hari Jum'at Tanggal 11 Agustus 2023 yang di lakukan bersama S.K terkait dengan apakah dalam penjualan UMKM (CBC) Cahaya Bintang Cakrawala memberikan bonus kepada konsumen?

*“Iya kami akan memberikan bonus kepada konsumen ketika melakukan pemesanan produk dengan jumlah yang banyak. Dan memberikan bonus kepada konsumen yang baru pertama melakukan pemesanan dan merasakan produk UMKM. Tambahan produk dan pemotongan harga ketika memesan produk dengan ukuran besar dalam jumlah banyak”*(wawancara dengan S.K)

Dari hasil wawancara di atas dapat di simpulkan UMKM memberikan bonus ketika konsumen memesan produk dengan jumlah yang besar dan ketika pelanggan baru pertama kali melakukan pemesanan produk di UMKM CBC dan bonusnya berupa tambahan produk dan pemotongan harga ketika memesan produk besar dalam jumlah yang banyak.

g. Jenis Transaksi Yang Sering Terjadi pada UMKM CBC.

Berdasarkan hasil wawancara yang di lakukan oleh peneliti pada hari Jum'at Tanggal 11 Agustus 2023 yang di lakukan bersama S.K terkait dengan apa saja jenis transaksi yang sering terjadi UMKM (CBC) Cahaya Bintang Cakrawala?

*“Jenis pembelian produk secara kredit karena konsumen melakukan pembayaran belakangan. Dan pembelian tunai atau secara langsung masih kurang”* (Wawancara S.K)

Dari hasil wawancara di atas dapat di simpulkan jenis transaksi yang sering terjadi adalah pembayaran kredit karena yang sering melakukan pemesanan adalah para instansi-instansi atau toko, sedangkan pembelian langsung itu masi kurang dalam melakukan pemesanan.

**2. Untuk Mengetahui Promosi Dalam Meningkatkan Penjualan Stick Jaguan Di UMKM (CBC) Cahaya Bintang Cakrawala di Moodu, Kecamatan Kota Timur, Kota Gorontalo.**

a. Strategi Penetapan Harga Yang Di Terapkan Untuk Produk Yang Ditawarkan.

Berdasarkan hasil wawancara yang di lakukan oleh peneliti pada hari Jum'at Tanggal 11 Agustus 2023 yang di lakukan bersama S.K terkait dengan bagaimana penetapan harga yang diterapkan untuk produk yang ditawarkan oleh UMKM (CBC) Cahaya Bintang Cakrawala?

*“Penetapan harga yang lima belas ribu yang ukuran 70 gram kemudian ukuran 250 gram dengan harga tiga puluh delapan ribu, kemudian ukuran 500 gram harganya enam puluh delapan ribu dan ukuran 1 Kg adalah seratus tiga puluh lima ribu. Strategi penetapan harga itu adalah harga normal dan apabila mereka*

*konsumen memesan dengan jumlah yang banyak maka akan di lakukan diskon, strategi penetapan harga juga di lihat dari total produksi dan di tambahkan dengan margin keuntungan kemudian harga jual, dan menyesuaikan dari harga-harga produk yang ada di pasaran maka kami akan menentukan harga yang tidak tinggi dan tidak rendah dari pasaran.(wawancara dengan S.K)*

Dari hasil wawancara di atas dapat di simpulkan jenis startegi penetapan harga harus di sesuaikan dengan harga yang ada di pasaran harganya tidak terlalu tinggi dan tidak terlalu rendah. Kemudian penetapan harganya di lihat dari beberapa proses yaitu melihat dari harga produksi, di lihat dari margin keuntungan dan harga jual sehingga UMKM bisa menentukan harga sesuai dengan ukuran produk.

b. Harga Yang Di Tetapkan Sudah Mengikuti Pasar.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan peneliti pada hari jum'at Tanggal 11 Agustus 2023 bersama S.K terkait dengan apakah harga yang diterapkan oleh UMKM CBC sudah mengikuti pasar?

*"Kami sangat mengikuti harga pasar jadi sesuai dengan produk sejenis lokal lain".(wawancara dengan S.K)*

Dari hasil wawancara di atas dapat di simpulkan pihak UMKM untuk menetapkan harga produk sangat mengikuti harga pasar untuk produk yang di tawarkan sesuai harga produk sejenis yang beredar di pasaran.

c. Promosi Secara Langsung

Berdasarkan hasil wawancara yang di lakukan oleh peneliti pada hari Jum'at Tanggal 11 Agustus 2023 yang di lakukan bersama S.K terkait dengan apakah UMKM CBC melakukan proomsi secara langsung dan memasarkan produk yang di tawarkan?

*"Iya, Kami melakukan promosi secara langsung. Promosi secara langsung yang kami lakukan adalah di event pameran. Dalam pameran kami ketemu konsumen secara langsung dan langsung mengatakan produk apa saja dan kelebihan apa saja tentang produk yang kami tawarkan dan transaksi penjualan di lakukan di saat itu juga".(wawancara dengan S.K)*

Dari hasil wawancara di atas dapat di simpulkan UMKM CBC melakukan promosi secara langsung dengan sering mengikuti event pameran dan dalam pameran langsung berinteraksi dengan konsumen.

d. Penggunaan Media

Berdasarkan hasil wawancara yang di lakukan oleh peneliti pada hari Jum'at Tanggal 11 Agustus 2023 yang di lakukan bersama S.K terkait dengan dalam melakukan promosi stick jagung UMKM CBC menggunakan media apa saja?

*"Dalam melakukan promosi produk kami menggunakan media sosial yaitu Facebook, Whatsapp, Instagram, Tik Tok, dan Market Place. Market Place itu Shoope, TokoPedia, Beli UMKM, dan Padi".(wawancara dengan S.K)*

Dari hasil wawancara di atas dapat di simpulkan UMKM CBC dalam melakukan promosi produk hampir menggunakan semua media sosial dan media Market Place.

e. Penyampaian Promosi Penjualan

Berdasarkan hasil wawancara yang di lakukan oleh peneliti pada hari Jum'at Tanggal 11 Agustus 2023 yang di lakukan bersama S.K terkait dengan Bagaimana Cara Ibu menyampaikan kepada publik agar promosi penjualan dapat tersampaikan dengan sebagaimna mestinya?

*"Salah satu cara kami untuk menyampaikan kepada publik (Konsumen) terhadap produk yang kami tawarkan adalah membuat konten atau mendesain konten-konten promosi yang menarik buat diskon dan promoproduk yang di tawarkan dalam media sosial. Promosi penjualan secara langsung cara penyampainya di sampaikan langsung kepada konsumen"(wawancara dengan S.K)*

Dari hasil wawancara di atas dapat di simpulkan penyampaian promosi penjualan kepada publik dengan cara membuat konten-konten promosi yang menarik dimedia sosial yang di gunakan untuk melakukan promosi. Dan kemudian promosi secara langsung yaitu dengan menyampaikan secara langsung kepada konsumen secara empat mata.

f. Strategi Pemasaran Produk

Berdasarkan hasil wawancara yang di lakukan oleh peneliti pada hari Jum'at Tanggal 11 Agustus 2023 yang di lakukan bersama S.K terkait dengan ketika melihat peluang produk yang di tawarkan kurang mampu bersaing dengan produk sejenis dengan merek yang berbeda, apakah ada strategi tertentu di gunakan sebagai standar dalam memasarkan produk?

*“Strategi yang kami tawarkan adalah kualitas produk dan pembuatan produk itu berbeda dengan yang lain sebab distick jagung yang kami tawarkan satu- satunya produk yang terbuat dengan bentuk stick jagung segi empat dan terbuat dari tepung yang ada di gorontalo bukan dari stick jagung yang berbentuk bulat yang seperti yang lain”.*(wawancara dengan S.K)

Dari hasil wawancara di atas dapat di simpulkan strategi yang di tawarkan adalah dari bentuk produk dan cara pembuatan produk yang berbeda dari UMKM lain yang ada di gorontalo.

g. Segmen Sasaran

Berdasarkan hasil wawancara yang di lakukan oleh peneliti pada hari Jum'at Tanggal 11 Agustus 2023 yang di lakukan bersama S.K terkait dengan ketika melihat peluang produk yang di tawarkan kurang mampu bersaing dengan segmen mana saja yang di tunjukan dalam promosi penjualan?

*“Menengah ke atas jadi kenapa ke atas, jadi kami memakai yang premium kalau produk stick bawang bisa dijual di menengah ke bawah. Stick jagung tidak boleh di jual di menengah ke bawah karena dari segi bahannya, bahan jagung prosesnya agak lama dan harganya juga agak lebih tinggi karena memakai bahan-bahan premium.”.*(wawancara dengan S.K)

Dari hasil wawancara di atas dapat di simpulkan segmen yang menjadi sasaran adalah menengah keatas karena di lihat dari segi harga yang lebih mahal dan proses pembuatannya agak lama dan segala bahan yang di gunakan berkualitas premium.

### 3. Untuk Mengetahui Proses Pembuatan, dan pelaksanaan Operasional UMKM Cahaya Bintang Ckrawala.

a. Aktivitas Operasional

Berdasarkan hasil wawancara yang di lakukan oleh peneliti pada hari Sabtu Tanggal 12 Agustus 2023 yang di lakukan bersama IC dan IY merupakan karyawan di UMKM CBC terkait dengan bagaimana aktivitas operasional UMKM CBC?

*“Aktivitas operasional adalah mulai dari menyediakan bahan baku kemudian melakukan produksi, melakukan pengemasan dan pemasaran”.*(wawancara dengan IC dan IY)

Dari hasil wawancara di atas dapat di simpulkan bahwa aktivitas operasional yang di lakukan karyawan adalah dari proses pembuatan sampai dengan proses pemasaran produk.

b. Waktu Kerja

Berdasarkan hasil wawancara yang di lakukan oleh peneliti pada hari Sabtu Tanggal 12 Agustus 2023 yang di lakukan bersama IC dan IY merupakan karyawan di UMKM CBC terkait dengan bagaimana jam kerja di UMKM CBC?

*“Jam kerjaitu dari jam 8 pagi sampai jam 2 atau jam 3 sore”.*(wawancara dengan IC dan IY)



Di lihat dari hasil wawancara di atas waktu kerja karyawan UMKM CBC mulai dari Pukul delapan pagi sampai dengan pukul empat belas atau lima belas sore.

c. Tahap pembuatan Produk

Berdasarkan hasil wawancara yang di lakukan oleh peneliti pada hari Sabtu Tanggal 12 Agustus 2023 yang di lakukan bersama IC dan IY merupakan karyawan di UMKM CBC terkait dengan bagaimana tahapan dalam pembuatan stick jagung?

*“pertama-tama kami memasak tepung jagung sehingga menjadi adonan, lalu adonan dicampur dengan mentega, telur dan cabe halus, lalu di tambah tepung tapioka dan beras, untuk adonan stick jagung itu tidak boleh terlalu keras dan tidak juga terlalu encer lalu kemudian di bentuk jadi stick, dan di goreng, kemudian tunggu sampai dingin, lalu di campur dengan berbagai rasa, kemudian proses terakhir adalah pengemasan”.* (wawancara dengan IC dan IY)

Dari hasil wawancara di atas dapat di simpulkan tahap pembuatan stick jagung melalui beberapa proses yang di lakukan untuk menghasilkan produk yang baik dari pembuatan adonan sampai dengan proses pengemasan produk.

d. Bentuk Pekerjaan

Berdasarkan hasil wawancara yang di lakukan oleh peneliti pada hari Sabtu Tanggal 12 Agustus 2023 yang di lakukan bersama IC dan IY merupakan karyawan di UMKM CBC terkait dengan apakah kalian lebih suka bekerja mandiri atau bekerja tim?

*“kami lebih suka bekerja tim sebab untuk menghemat waktu dan mempercepat produksi”.* (wawancara dengan IC dan IY)

Dari hasil wawancara di atas karyawan UMKM CBC lebih suka bekerja tim dari pada bekerja mandiri.

e. Waktu Produksi

Berdasarkan hasil wawancara yang di lakukan oleh peneliti pada hari Sabtu Tanggal 12 Agustus 2023 yang di lakukan bersama IC dan IY merupakan karyawan di UMKM CBC terkait dengan berapa lama waktu yang di butuhkan untuk melakukan satu kali produksi?

*“waktu produksi itu 2 jam dari tahap awal sampai tahap penggorengan dan yang membuat lama melakukan produksi adalah yaitu melakukan pengemasan”.* (wawancara dengan IC dan IY)

Dari hasil wawancara di atas dapat di simpulkan waktu pembuatan dalam produksi adalah 2 jam dan yang membuat lama adalah pengemasan produk.

f. Produk Yang Di Hasilkan

Berdasarkan hasil wawancara yang di lakukan oleh peneliti pada hari Sabtu Tanggal 12 Agustus 2023 yang di lakukan bersama IC dan IY merupakan karyawan di UMKM CBC terkait dengan berapa banyak produk yang di hasilkan dalam satu kali produksi?

*“yang di hasilkan dalam produksi adalah satu adonan itu ada 13 pcs dan yang paling banyak itu ada enam adonan berjumlah 78 pcs”.* (wawancara dengan IC dan IY)

Dari hasil wawancara di atas dapat di simpulkan hasil yang di hasilkan dalam satu kali produksi sesuai adonan yang di buat. Satu adonan dapat menghasilkan 13 pcs produk.

g. Pengemasan Produk

Berdasarkan hasil wawancara yang di lakukan oleh peneliti pada hari Sabtu Tanggal 12 Agustus 2023 yang di lakukan bersama IC dan IY merupakan karyawan di UMKM CBC terkait dengan bagaimana proses pengemasan produk?

*“Proses pengemasan di campur farian rasa, kemudian di timbang dan kemudian di silent dan memberikan tanggal kadar ruasa produk”* (wawancara dengan IC dan IY)

Dari hasil wawancara di atas dapat di simpulkan proses pengemasan sangat melalui proses yang teliti sehingga produk yang di jual adalah produkyang baik dan sesuai ukurannya.

#### h. Kendala Produksi

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti pada hari Sabtu Tanggal 12 Agustus 2023 bersama ID dan IY karyawan di UMKM CBC terkait dengan kendala apa saja yang terjadi dalam proses produksi?

*“dalam produk stick jagung pencet-pencet masih memakai manual, adonan tidak sesuai takaran dan kesalahan dalam adonan dan kesalahan dalam penggorengan”*.(wawancara dengan IC dan IY)

Dari hasil wawancara di atas kendala yang di hadapi adalah kesalahan dalam melakukan tahapan produksi sehingga dapat memepengaruhi kualitas produk.

#### i. Penyelesaian kendala

Berdasarkan hasil wawancara yang di lakukan oleh peneliti pada hari Sabtu Tanggal 12 Agustus 2023 yang di lakukan bersama IC dan IY merupakan karyawan di UMKM CBC terkait dengan bagaimna cara menyelesaikan kendala yang di hadapi?

*“Melakukan sesuai standar yang sebagaimana mestinya sesuai proses produksi. Dan tidak melakukan kesalahan yang sama pada produksi selanjutnya”*.(wawancara dengan IC dan IY)

Dari Hasil wawanca di atas dapat di simpulkan untuk mengatasi kendala yang di hadapi karyawan UMKM CBC melakukan produksi sesuai dengan standar produksi dan tidak akan mengulangi kesalahan yang sama

## PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

### 1. Strategi Promosi UMKM (CBC) Cahaya Bintang Cakrawala Di Moodu, Kecamatan Kota Timur, Kota Gorontalo.

Penjualan merupakan salah satu fungsi pemasaran, agar perusahaan mendapatkan laba agar kegiatan operasional perusahaan tetap berjalan. Aktivitas penjualan merupakan pendapatan utama perusahaan karena jika aktivitas penjualan produk maupun jasa tidak dikelola dengan baik maka secara langsung dapat merugikan perusahaan. [12]. “Menjual adalah ilmu dan seni mempengaruhi pribadi yang dilakukan oleh penjual untuk mengajak orang lain agar bersedia membeli barang jasa yang ditawarkan. Strategi promosi yang di terapkan UMKM Cahaya bintang Cakrawala di Moodu Kecamatan Kota Timur Kota Gorontalo dengan cara penjualan langsung dan tidak langsung yaitu memperluas pangsa pasar dengan cara memperkenalkan barang atau produk ke media sosial dan sering mengikuti pameran UMKM yang di laksanakan oleh pemerintah, bank indonesia dan pihak swasta. Secara *rill* melalui pameran produk UMKM, *event-event* tertentu yang berhubungan dengan dunia bisnis. Kemudian memberikan promo-promo setiap hari pada produk-produk tertentu melalui *discount* harga produk yang di jual oleh UMKM Cahaya Bintang Cakrawala adalah lima belas ribu sampai dengan tiga puluh lima ribu untuk masing-masing ukuran produk yang di jual. Bentuk penjualan yang sering dilakukan oleh UMKM Cahaya Bintang Cakrawala adalah penjualan tunai yang dilakukan secara tunai oleh pembeli dan penjualan. ini dapat selesai hanya dalam satu kali transaksi. Penjualan Kredit yaitu berbeda dengan penjualan tunai, penjualan kredit merupakan pembayaran yang dilakukan dengan cara dicicil dalam rentan waktu tertentu.

### 2. Promosi Dalam Meningkatkan Penjualan Stick Jaguan Di UMKM (CBC) Cahaya Bintang Cakrawala di Moodu, Kecamatan Kota Timur, Kota Gorontalo.

Promosi adalah arus untuk memberi informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran [7]. Promosi merupakan komunikasi dari perusahaan yang menginformasikan, membujuk, dan meningkatkan para calon pembeli suatu produk dalam rangka mempengaruhi pendapat mereka atau memperoleh suatu respon. Promosi dalam meningkatkan penjualan stick jagung di UMKM CBC (Cahaya Bintang Cakrawala) di Moodu Kec. Kota Timur, Kota Gorontalo dengan melakukan promosi secara langsung kepada konsumen dan menggunakan media sosial. Adapun media promosi yang digunakan dengan menyampaikan promosi penjualan kepada publik dengan cara membuat konten-konten promosi yang menarik di media sosial yang di gunakan untuk melakukan promosi sehingga para konsumen mengetahui keberadaan stick jagung tersebut dan memanfaatkan media facebook sebagai tempat media atau sarana menyebarkan informasi tentang usaha stick jagung. Dan juga menggunakan media *word to mouth* atau mulut ke mulut dengan sejumlah uang yang harus oleh user atau klien untuk mendapatkan produk yang ditawarkan. Dalam membentuk harga dari produk harus menghitung berdasarkan dengan biaya produksi, modal, dan menambahkan keuangan beberapa persen. Harga jual harus sesuai dengan harga pasar, tidak terlalu tinggi dan juga tidak terlalu rendah. Strategi penetapan harga harus di sesuaikan dengan harga yang ada di pasaran harganya tidak terlalu tinggi dan tidak terlalu rendah. Kemudian penetapan harganya di lihat dari beberapa proses yaitu melihat dari harga produksi, di lihat dari margin keuntungan dan harga jual sehingga UMKM bisa menentukan harga sesuai dengan ukuran produk.

## PENUTUP

### Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah di lakukan sesuai tujuan penelitian maka dapat di simpulkan:

1. Strategi promosi yang di terapkan UMKM Cahaya bintang Cakrawala di Moodu Kecamatan Kota Timur Kota Gorontalo dengan cara memperluas pangsa pasar dengan memperkenalkan barang atau produk ke media sosial dan sering mengikuti pameran UMKM yang di laksanakan oleh pemerintah, bank indonesia dan pihak swasta yang berhubungan dengan dunia bisnis. Kemudian memberikan promo-promo setiap hari pada produk-produk tertentu melalui *discount* harga produk yang di jual oleh UMKM Cahaya Bintang Cakrawala adalah lima belas ribu sampai dengan tiga puluh lima ribu untuk masing-masing ukuran produk yang di jual. Bentuk penjualan yang sering dilakukan oleh UMKM Cahaya Bintang Cakrawala adalah penjualan tnai yang dilakukan oleh pembeli dan penjualan agar dapat selesai hanya dalam satu kali transaksi.
2. Promosi dalam meningkatkan penjualan stick jagung di UMKM CBC (Cahaya Bintang Cakrawala) di Moodu Kec. Kota Timur, Kota Gorontalo dengan melakukan promosi secara langsung kepada konsumen dan menggunakan media sosial. Adapun media promosi yang digunakan dengan menyampaikan promosi penjualan kepada publik dengan cara membuat konten-konten yang menarik di media sosial yang digunakan untuk promosi sehingga para konsumen mengetahui keberadaan stick jagung tersebut dan memanfaatkan media facebook sebagai tempat media atau sarana menyebarkan informasi tentang usaha stick jagung. Dan juga menggunakan media *word to mouth* atau mulut ke mulut dengan sejumlah uang yang harus dibayar oleh user atau klien untuk mendapatkan produk yang ditawarkan.

### Saran

Dengan mengacu pada kesimpulan yang dikemukakan diatas, maka saran yang dapat penulis berikan sebagai bahan pertimbangan pada UMKM Cahaya Bintang Cakrawala sebagai berikut :

1. UMKM CBC (Cahaya Bintang Cakrawala) dapat melihat peluang yang ada untuk mempromosikan produk UMKM dalam meningkatkan penjualan dengan membuat kisi-kisi alternatif yang dihasilkan oleh analisis SWOT.
2. UMKM CBC (Cahaya Bintang Cakrawala) harus lebih meningkatkan strategi promosi agar dapat bertahan ditengah persaingan antar kompetitor lain, dan lebbih meningkatkan penjualan terus meningkat.

#### DAFTAR PUSTAKA

- [1] Anang Firmansyah. 2018. *Pengantar Manajemen*. Edisi ke-1. Yogyakarta: Deepublish.
- [2] Astuti, R. P., Kartono, K., & Rahmadi, R. (2019). Pendampingan Pengembangan UMKM Di Kabupaten Cirebon. Prosiding Seminar Nasional LPPM UMP,454-462.
- [3] Basu Swastha Dharmmesta. (2014). *Manajemen Pemasaran*. BPFE: Yogyakarta.
- [4] Deddy Mulyana . 2019. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung:PT Remaja Rosdakarya.
- [5] Griffin, Ricky W., and Moorhead, Gregory., 2014. *Organizational Behavior: Managing Peopleand Organizations*. Eleventh Edition. USA: South Western.
- [6] Kotler dan Keller. (2012), *Manajemen Pemasaran, Edisi 12*. Jakarta : Erlangga.
- [7] \_\_\_\_\_, (2016). *Marketing Management*, 15th Edition New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc.
- [8] Notoatmodjo, S. 2012. *Metode Penelitian Kesehatan*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- [9] Ramdan, T., & Sufyani, M. A. (2019). *Pengaruh Intellectual Capital, KebijakanDividen dan Kinerja Keuangan terhadap nilai perusahaan (Studi pada Perusahaan Jasa Sektor Keuangan yang Terdaftar di Bursa Efek IndonesiaPeriode 2012-2017)* (Doctoral dissertation, Perpustakaan Fakultas Ekonomidan Bisnis Unpas)
- [10] Suryanti, Lili. (2019). *Manajemen Pemasaran: Suatu Strategi Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan*. Jakarta: Deepublish Publisher.
- [11] Sudaryanto. 2018. *Metode dan Aneka Teknik Teknik Analisis Bahasa*. Yogyakarta: Sanata Darma University Press.
- [12] Swastha, Basu. 2019. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty
- [13] Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- [14] Undang-Undang No 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)