

Perpindahan Promosi dari Offline ke Online Penjualan Produk Olahan Ubi Cilembu Pada Usaha UMKM Kirihuci Selama Masa Pandemi Covid 19

Dewi Reniawaty¹, Irwan Hermawan²

Program Studi Administrasi Bisnis
Politeknik LP3i

Email : dewireniawati@plb.ac.id, irwanhermawan@plb.ac.id,

Abstrak: Dengan adanya transformasi tren belanja dari offline ke online membuat para pemilik usaha harus saling berbenah diri untuk mengatasi perubahan pola konsumsi pelanggan yang semakin cepat berubah. Sebagai seorang pelaku bisnis tentunya harus mengetahui kebutuhan apa saja yang diperlukan oleh para pelanggannya dengan memberikan inovasi-inovasi terbaru terhadap bisnisnya. Seperti yang dilakukan oleh UMKM Kirihuci saat sebelum Pandemi Covid, penjualan lebih banyak Offline sekarang harus gesit dalam pemasaran secara Online. Produk yang dijual oleh UMKM Kirihuci yaitu makanan ringan yang di olah dari Ubi Cilembu awalnya kemudian berkembang menggunakan bahan yang terbuat dari Talas, Ubi Kuningan, Susu Lembang dan Singkong. Namun kendala yang dihadapi yaitu Transformasi dari Offline ke Online di karenakan konsumen perlu untuk mencicipi terlebih dahulu rasa dari produk, baru konsumen akan memutuskan untuk melakukan pembelian. Nah apabila penjualan melalui Online konsumen tidak akan mengetahui bagaimana rasanya karena tidak testfood, hanya melihat dari testimoni dari konsumen sebelumnya. Penulis menggunakan Metode penelitian kuantitatif.. Proses pengukuran adalah bagian yang sentral dalam penelitian kuantitatif karena hal ini memberikan hubungan yang fundamental antara pengamatan empiris dan ekspresi matematis dari hubungan-hubungan kuantitatif. Teknik pengumpulan data dengan cara wawancara terstruktur menggunakan kuesioner..Hasil yang didapat jumlah penjualan meningkat karena masyarakat sekarang sudah familiar dengan media online.

Kata kunci : Umkm Kirihuci, Ubi Cilembu, Offline dan Online Marketing, Masa Pandemi Covid 19.

PENDAHULUAN

Persaingan di masa sulit seperti sekarang ini kian meningkat. Apalagi di negara kita juga seluruh negara di belahan dunia ini yang sedang dilanda Pandemi Virus Corona yang kita kenal dengan Covid 19. Masa PPKM yang melarang masyarakat untuk tidak keluar rumah karena Virus masih belum usai semenjak awal tahun 2020 sampai sekarang yang berdampak pada penjualan beberapa produk baik barang maupun jasa. Hari demi hari perkembangan teknologi digital kini semakin tumbuh dan makin menampakkan taringnya dan setiap harinya ada saja hal-hal baru yang bermunculan termasuk transaksi digital yang semakin memudahkan para pelanggan untuk memperoleh barang yang diinginkan tanpa harus bersusah payah keluar rumah untuk mendapatkannya. Hal ini tentunya menggeser bisnis yang dilakukan secara offline (dengan cara lama) ke bisnis yang dilakukan secara online.

Hanya dengan berbekal perangkat seluler dan kuota internet saja, para pelanggan sudah mampu mencari berbagai keperluan dengan sangat mudah dan cepat, entah itu untuk memenuhi kebutuhan

pangan, sandang ataupun papan, tanpa perlu lagi mengunjungi berbagai toko dengan jarak yang lumayan jauh yang tentunya dapat menyita waktu, biaya transportasi maupun tenaga yang kita keluarkan untuk menuju toko tersebut. Sehingga tidak heran sudah banyak pelanggan yang mulai mengubah pola konsumsi belanja mereka dan mulai meninggalkan cara berbelanja yang lama. Hal ini sejalan dengan informasi yang dikemukakan oleh Statista pada tahun 2019, yang mendata jumlah pengguna ecommerce di Indonesia di tahun 2017 mencapai jumlah 139 juta pengguna. Kemudian pada tahun 2018 mencapai 154,1 juta pengguna, yang mengalami kenaikan sekitar 10,8%. Dan pada tahun 2019 melonjak lagi mencapai 168.3 juta pengguna dan akan terus meningkat kenaikannya sampai dengan tahun 2023 yang bisa mencapai jumlah pengguna sekitar 212,2 juta pengguna.

Hal ini juga terjadi pula pada penjualan Produk Olahan Ubi Cilembu yang di buat oleh Kirihuci, yang berusaha untuk memasarkan produk nya agar produk yang mereka olah tetap tersampaikan kepada masyarakat luas. Untuk itu Kirihuci beralih dari penjualan secara offline ke online melalui Website : www.kirihuciindonesia.com, IG : kirihuci_snack, Facebook : Kirihuci, Marketplace : Shopee, Tokopedia dan Blibli kirihuci_snack. Namun usaha penjualan melalui online ternyata tidak memenuhi target dikarenakan konsumen biasanya mencoba terlebih dahulu sample atau estfood sebelum melakukan pembelian saat offline yang berada di beberapa gerai/toko/outlet di Bandung salah satunya Floating Market, di Cirebon diantaranya Toko Daud dan Hypermart, kemudian di Kuningan, Brebes dan Tegal.

Untuk itu kami ingin melakukan penelitian bagaimana cara Kirihuci melakukan perubahan dari penjualan offline ke online agar target penjualan tercapai dengan judul **“Perpindahan Promosi dari Offline ke Online Penjualan Produk Olahan Ubi Cilembu Pada Usaha UMKM Kirihuci selama masa Pandemi Covid 19”** yang ber alamat di Jl. Meruri Indah Timur n. 18 Kelurahan Manjahlega, Kecamatan Rancasari Kota Bandung

KAJIAN PUSTAKA

Marketing adalah Sebuah proses yang melibatkan setiap aspek bisnis, mulai dari mendesain produk, menentukan harga dan mendapatkan umpan balik dari pelanggan. Online Marketing merupakan hasil dari kemajuan teknologi informasi yang diterapkan dalam manajemen pemasaran untuk meningkatkan efisiensi dalam strategi pemasaran di era globalisasi. Tingkat pertumbuhan perdagangan via internet dari tahun 2001 hingga 2005 mencapai 68% di Amerika Serikat, Eropa 91%, dan Asia 109%. Menariknya, 85% dari perusahaan yang melibatkan perdagangan online tersebut adalah usaha berskala kecil dan menengah (Celuch et al., 2007).

Media marketing merupakan teknik pemasaran yang saat ini sering digunakan dalam mempromosikan maupun memberitahukan produk dan layanan bisnis kepada masyarakat luas. Menggunakan berbagai media dan perangkat yang ada, seperti media internet, sosial, iklan, dan perangkat media yang lain. Pada artikel kali ini, kita akan membahas lebih lanjut mengenai manfaat website sebagai media marketing dan promosi yang efektif dan efisien.

Oleh karena itu, penting sekali bagi sebuah bisnis memindahkan bisnisnya dari offline ke online untuk dapat menjangkau lebih banyak pelanggan dan juga meningkatkan visibilitas sebuah bisnis di pasaran. 20 cara pindah bisnis dari offline ke online dengan sangat mudah, caranya adalah sebagai berikut:

1. **Lakukan Riset Penjualan Bisnis** : Kebutuhan pemasaran bisnis offline tentunya memiliki perbedaan dengan kebutuhan pemasaran bisnis yang dilakukan secara online. Di bisnis offline sebelumnya pasti sudah memiliki pelanggan tetap. Meskipun begitu, harus tetap

belajar tentang berbagai teknik pemasaran yang baik di internet. Mulai dari penggunaan media sosial, melakukan iklan, membayar pelanggan potensial dan lain sebagainya. Sebelum memulai melakukan pemasaran secara online, harus mengetahui pilihan alternatif yang paling cocok untuk bisnis dan letak demografis bisnis.

2. **Bangun Situs Web Sendiri** : Saat ingin memindahkan bisnis dari offline ke online, membangun situs website merupakan langkah utama yang perlu dilakukan. Situs website merupakan nama merek atau brand bisnis yang perlu di miliki, dan dengan membangun situs website, itu berarti ingin memberikan yang terbaik untuk bisnis. Pastikan agar meminimalisir kesalahan saat membuat situs website dan selalu periksa secara berkala kesalahan-kesalahan dasar seperti kesalahan ketik dan kesalahan ejaan. Pastikan semua tautan berfungsi dengan baik.
3. **Jangan Dulu Beritahu Situs Web** : Membangun situs website dengan kualitas yang tinggi dan menarik akan membutuhkan lebih banyak waktu, sehingga harus bersabar ketika membuat sebuah keputusan untuk memindahkan bisnis kita secara online. Tidak ada gunanya memberitahukan keberadaan online situs website apabila belum siap. Terlalu terburu-buru untuk online dan akhirnya terlihat ketidaksiapan kita dengan halaman situs website yang tidak diuji dan bahkan kesalahan yang mencolok sekalipun.
4. **Tetap Jadikan Semuanya Mudah** : adalah kunci utama yang harus di ingat ketika ingin memulai bisnis online. Sudah banyak bisnis yang bergerak secara online melebihi segalanya, karena mereka selalu berupaya yang terbaik dengan melakukan promosi di media sosial dan melakukan investasi dalam banyak iklan. Mulailah dengan desain yang sederhana dan profesional, kemudian barulah membuat situs website yang lebih kompleks apabila kita menginginkannya. Perlu di ingat bahwa ketika ingin memulai bisnis online, maka efektivitas lebih penting dari segalanya daripada efisiensi.
5. **Kembangkan Rencana Pemeliharaan** : Situs Website bukan sebuah investasi yang hanya dilakukan sekali saja, tetapi harus berinvestasi terus-menerus agar bisa menjalankan bisnis online dengan baik. Kita harus menampilkan dan memperbaharui harga dan deskripsi setiap waktu. Informasi yang sudah lama perlu dihapus dan informasi baru diperbaharui ke dalam situs. Selalu melakukan pemeriksaan secara berkala pada situs website dan jangan sampai memberitahukan kepada pelanggan informasi yang sudah usang atau tautan yang sudah rusak. Jadi, sangat penting sekali merencanakan bisnis online paling menguntungkan untuk pemeliharaan situs website. Jadi saat membuat situs website, harus menambahkan fitur-fitur yang dapat di kelola dan di pelihara dalam jangka waktu yang panjang.
6. **Jangan Mengurangi Anggaran Pembayaran** : Jika ingin berjualan secara online, ada tiga elemen penting untuk melakukan penjualan: adanya gambar barang, uraian, dan proses pembayaran. Namun terlalu sering para pemilik situs web yang berfokus pada gambar dan deskripsi hebat saja, tanpa memperdulikan pelanggan, maka bisnis akan kehilangan pelanggan saat pembayaran. Jadi harus dapat memastikan pelanggan mempercayai situs web kita dan mengetahui informasi mereka selalu aman. Bekerjalah dengan anggaran pembayaran yang mapan dan bereputasi baik serta usahakan dapat membayar untuk hak istimewa. Jadilah loyal kepada pelanggan dan optimalkan pengalaman berbelanja mereka di situs web kita.
7. **Dapatkan Ide Dari Seorang Pemimpin** : Jika kita baru mengenal dunia online, kita bisa menggunakan mesin telusur untuk mencari informasi seperti Amazon atau eBay. Pemain besar yang sudah berkecimpung lama di dalam dunia bisnis tentunya memiliki pangs

pasar yang sangat solid. Tidak menutup kemungkinan bisnis kita bisa mengalahkan perusahaan – perusahaan terkemuka di pasar dengan meniru pemain besar untuk mendapatkan banyak ide atau inspirasi dari cara mereka bagaimana menjangkau pelanggan dan teknik pemasaran jaringan online lainnya yang mereka gunakan.

8. **Pertahankan Kualitas Produk dan Harga :** Untuk membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan bisnis, sangat penting untuk menyelaraskan harga produk perusahaan dengan nilai-nilai produk. Jika bisnis perusahaan menjual produk sepatu, perusahaan harus memiliki layanan dan produk di toko sepatu perusahaan dan perusahaan juga menjualnya secara online.
9. **Kembangkan Strategi Penggantian & Pengembalian Uang :** Saat berbelanja online, perlu memperhatikan bahwa bisnis yang menjual produk perusahaan di internet harus memiliki kebijakan pengembalian uang. Ini adalah cara yang baik untuk membangun kepercayaan pada pelanggan untuk produk perusahaan. Memiliki aspek online untuk bisnis, berarti perusahaan sudah siap akan semua konsekuensinya. Misalkan perusahaan memiliki pelanggan yang membeli sesuatu secara online dan tidak puas. Apa strategi pengembalian uang perusahaan? Apakah hanya memberikan penggantian barang? Atau uang kembali? Rencanakan ini sebelumnya dan bersiaplah dengan kebijakan yang ditampilkan dan sesuai.
10. **Jangan Menjatuhkan Harga Diri Sendiri :** Jika harga produk online kita jauh lebih rendah daripada harga di dalam toko dan kita menawarkan harga yang sesuai. Pastikan untuk memberi harga produk online perusahaan dengan tepat dan ini dapat meningkatkan penjualan kedepannya, membangun fondasi yang kuat untuk bisnis perusahaan. Jika perusahaan mendapatkan strategi penetapan harga yang salah, konsekuensinya akan mengerikan karena pada akhirnya perusahaan akan menciptakan masalah baru yang tidak dapat diselesaikan untuk bisnis perusahaan.
11. **Menelusuri Lebih Dalam Media Sosial :** Media sosial dapat dengan mudah menjadi Fase kedua dari model online bisnis, apabila kita sudah menyelesaikan dasar-dasarnya dan rasa percaya diri telah dibangun. Media sosial adalah platform terbaik untuk memasarkan layanan bisnis serta merek organisasi bisnis kita. Dengan bantuan media sosial, bisa menghubungi influencer atau afiliasi untuk membuat postingan dengan merekomendasikan layanan dan produk bisnis kepada pengikut online mereka. Perusahaan juga dapat mulai menulis posting blog atau menawarkan diskon khusus pada berbagai platform media sosial untuk mengarahkan lalu lintas ke situs web bisnis perusahaan, tetapi pastikan untuk memposting konten yang berkualitas dan menarik.
12. **Pilih Satu Platform Yang Baik :** Fokuslah pada satu platform bagus yang sesuai dengan sifat bisnis perusahaan. Perusahaan selalu bisa menambahkan akun nanti, dan mulai dengan satu platform untuk menjangkau lebih banyak pengikut dan menjelajahi kemungkinan secara mendalam. Ketika perusahaan berhasil membangun reputasi baik di atas satu platform tersebut dan membuatnya terlihat cukup dapat dipercaya, maka ada peluang besar untuk pengunjung situs baru dan yang sudah ada untuk membeli atau mengunjungi profil perusahaan berulang kali untuk melakukan pembelian mereka.
13. **Coba Platform Yang Ada Terlebih Dahulu :** Mesin telusur seperti Amazon, Etsy, dan eBay adalah di antara banyak situs web besar yang memiliki program penjual-ulang yang memungkinkan kamu membangun toko dan menjual melalui merek yang lebih terkenal. Ketika perusahaan memasarkan layanan secara online, semua audiens mencari kredibilitas, dan untuk membuat halaman terlihat kredibel, perusahaan harus mulai bekerja

pada platform yang sebelumnya sudah ada. Karena akan memberikan tampilan organik kepada pengguna lainnya, perusahaan dapat menyebutkan di bagian “tentang kami”, sejak kapan dan bagaimana bisnis perusahaan mulai dirintis.

- 14. Gunakan Alat Yang Ada :** Mesin telusur Google memiliki alat yang dirancang untuk membantu para webmaster dan pemilik bisnis bisa memahami pelanggan dan aktivitas situs web mereka. Lakukan sedikit riset untuk melihat program apa yang dapat bisnis perusahaan gunakan tanpa biaya atau mengeluarkan sedikit biaya untuk memulai dan membangun situs web bisnis kamu. Kalau pindah bisnis dari offline ke bisnis online memerlukan biaya yang tidak sedikit, karena perusahaan harus membayar alat yang berbeda. Pada tingkat awal, perusahaan dapat membuatnya hemat biaya dengan menggunakan alat yang ada yang bebas digunakan.
- 15. Bersiap Untuk Buat Perbandingan :** Selalu bersiap untuk skenario yang lebih baik. Bisnis kecil perusahaan mungkin akan mendapatkan lonjakan pembelian yang besar hampir setiap hari dan harus siap untuk menanganinya. Bahkan jika kesuksesan datang dengan tiba-tiba, bisnis kemungkinan akan tumbuh dan banyak mengalami perubahan yang besar karena ditambahkan dengan fitur-fitur yang lebih baru. Ini juga menjadi perubahan dan pertumbuhan untuk produk atau layanan bisnis perusahaan di masa depan. Buatlah semuanya dengan optimis demi kesuksesan masa depan bisnis perusahaan.
- 16. Buatlah Situs Web Yang Responsif :** Situs web yang responsif secara otomatis dapat berubah sesuai dengan ukuran layar, sehingga dapat memudahkan calon pelanggan yang berbelanja melalui ponsel dan tablet, hal ini merupakan ide yang sangat bagus untuk sebuah situs website yang responsif sedari awal. Situs website yang responsif tentunya akan semakin menarik pelanggan perusahaan untuk membeli produk atau layanan bisnis.
- 17. Kembangkan Daftar Distribusi Email :** Setelah perusahaan selesai mempublish situs web perusahaan harus bekerja untuk mengumpulkan alamat email dan informasi dari calon pelanggan. Tawarkan kupon, minta pelanggan mendaftar saat check-out, ikuti survei, atau tawarkan email buletin. Semakin banyak alamat email yang perusahaan miliki, maka akan semakin banyak pelanggan yang dapat di jangkau dengan penawaran khusus dan informasi baru. Buatlah email yang dapat kamu gunakan untuk menarik minat pelanggan dan dapat membantu perusahaan untuk mempersonalisasikan pemasaran perusahaan untuk pelanggan.
- 18. Cari Target Pasar :** Jika perusahaan menjual tanda buatan tangan atau karangan bunga, pelanggan perusahaan tidak mencari kerajinan buatan tangan di Amazon. Perusahaan akan lebih beruntung bekerja di Etsy atau salah satu dari banyak target pasar lainnya dan menjual kembali situs web di luar sana. Bertindak sebagai pelanggan dan lihat pasar apa yang populer untuk jenis barang yang bisa perusahaan jual. Itu akan memberimu gambaran tentang kemana perusahaan harus pergi untuk menjual produk atau layanan bisnis kamu tersebut.
- 19. Mengeluarkan Dana Untuk Iklan :** Meskipun bisa menghasilkan uang secara online dengan investasi minimal, namun hal ini tentunya menjadi jalan yang sulit dilakukan untuk pengguna baru dan mudah untuk dilakukan apabila perusahaan sudah memiliki pengalaman bertahun-tahun dalam membangun dan memasarkan situs website. Dalam hal bisnis baru, perusahaan harus berharap untuk berinvestasi di bagian bisnis ini dengan cara yang sama seperti yang perusahaan lakukan pada bisnis orisinal, terutama pada iklan. Pelanggan harus dapat menemukan situs web, perusahaan mungkin harus mengeluarkan sejumlah uang untuk melakukan proses tersebut.

20. Awasi ROI Bisnis Kamu : Saat perusahaan membayar, selalu perhatikan ROI bisnis perusahaan. Perusahaan mungkin dapat mengalami sedikit kerugian pada awalnya ketika bisnis perusahaan mendapatkan daya tarik pelanggan, tetapi tidak ada bisnis yang bisa bertahan tanpa mendapatkan keuntungan, terutama bisnis kecil dengan anggaran yang lumayan ketat. Sangat mudah untuk menghabiskan banyak uang secara online dengan pemasaran dan pengembangan situs web. Jika perusahaan memiliki bisnis offline yang sukses, pastinya tidak ada alasan untuk perusahaan menggunakan kekuatan internet untuk mengembangkan bisnis online secara eksponensial. Perusahaan harus cukup berani untuk mencoba langkah pertama itu.

METODE PENELITIAN

Tahapan Penelitian

Untuk menjamin keberhasilan penelitian ini, penulis menggunakan metode deskriptif. Metode deskriptif adalah metode yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud memuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Sugiono, 2013:147). Tujuan dari penelitian deskriptif ini adalah untuk membuat deskripsi, gambaran atau secara sistematis, aktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat hubungan antar fenomena yang dimiliki. Maka dapat disimpulkan metode deskriptif disini bertujuan untuk mencari kesimpulan dengan cara menggambarkan atau menguraikan bagaimana Masyarakat luas mengetahui komunikasi yang disampaikan oleh Usaha UMKM Kirihiuci yang menjual produk olahan ari Ubi Cilembu. mengenai objek yang diteliti dengan berbagai cara seperti mengumpulkan data, mengklasifikasi, menganalisis dan membandingkan dengan teori-teori yang diketahui.

Teknik Pengumpulan Data

Sumber Data yang digunakan oleh penulis dalam penyusunan Laporan ini, yaitu:

a. Sumber data primer

Sumber data primer merupakan sumber data yang dapat diperoleh secara langsung dari subjek yang berhubungan dengan penelitian. Dalam penelitian ini yang menjadi sumber data primer adalah :

1. Komisaris Dr. Hj Afi Fadlilah, S.S., M.Hum
2. Dewan Pembina dan pengarah : Irwan Hermawan, S.E., M.M.
3. Direktur Utama : Irma Soraya, S.T
4. Direktur Operasional : Ghina Anzelina, S.Pd
5. Direktur Pemasaran Dalam Negeri/ luar negeri : Muhamad Rizky, S.Pd
6. Direktur IT dan Teknologi : M. Adha Imadudin, S.Pd.
7. Direktur Sosial Media dan market place : Hera Amalia, S.Pd.

b Data sekunder (*secondary data*)

Sumber data sekunder (*secondary data*) yaitu sumber data yang diperoleh secara tidak langsung melalui studi kepustakaan dan diperoleh dalam bentuk yang sudah jadi berupa publikasi. Data sekunder dalam penelitian ini yaitu landasan teori dan data lainnya yang bersangkutan dengan masalah diteliti yang diperoleh dari buku-buku referensi, buku panduan, dan website yang memuat informasi yang diperlukan tentang teori-teori yang berhubungan dengan Online Marketing dan Offline Marketing

Teknik Pengumpulan Data

Berdasarkan sumber data diatas, penulis menggunakan metode pengumpulan data dengan beberapa cara. Berikut adalah metode pengumpulan data tersebut: Penelitian Lapangan (*Field*

Research) yaitu penelitian yang dilakukan secara langsung dengan mengunjungi dan melakukan penelitian ke bagian produksi yaitu di Jl. Merkuri Indah Timur No. 18 Kel.Manjahlega Kec. Rancasari Kota Bandung..

Dalam penelitian lapangan ini, penulis melakukan beberapa pengumpulan data dengan cara sebagai berikut: Observasi yaitu melakukan pengamatan secara langsung lokasi selama waktu yang ditentukan untuk melakukan penelitian. Wawancara yaitu tanya jawab secara langsung yang bertujuan untuk memperoleh data yang diteliti. Tanya jawab secara informal dilakukan kepada pimpinan dan staf disana Hal ini dilakukan untuk menggali, mengumpulkan, dan menemukan informasi yang dibutuhkan atau yang berhubungan dengan penelitian ini. Kuesioner yaitu sekelompok pertanyaan yang ditujukan kepada responden. Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner/daftar pertanyaan. Metode pengumpulan data dengan kuesioner digunakan untuk memperoleh data mengenai informasi transformasi dari penjualan Offline ke Online.

Penelitian Kepustakaan (*library research*) dan Penjelajahan Internet

Penelitian kepustakaan ini dilakukan untuk mengambil data sekunder dimana penelitian ini bersifat teoritis. Penelitian kepustakaan dilakukan dengan mengambil teori-teori dari buku yang berhubungan dengan judul penelitian. Selain itu data sekunder ini diperoleh melalui jurnal-jurnal, website, yang diperoleh dari internet. Maksud penulis mengumpulkan data sekunder adalah agar diperoleh data dan informasi yang lebih mendalam yang berkaitan dengan masalah yang diteliti oleh penulis

PEMBAHASAN

Kirihuci Indonesia berawal dari keprihatinan kami terhadap kondisi perekonomian para petani Ubi Cilembu di Sumedang. Dengan mengusung pemikiran kreatif, Kirihuci Indonesia mengolah Ubi Cilembu dalam bentuk macam olahan yang berbahan baku Ubi Cilembu atau dengan istilah diversifikasi produk. Diversifikasi produk yang dikembangkan oleh Kirihuci Indonesia yaitu kripik hui cilembu (KIRIHUCI dan MARIHUCI), tepung MOBI, tepung kanji Ubi Cilembu, dan pakan ternak. Secara tidak langsung kami harap dengan diversifikasi produk ini dapat membantu para petani Ubi Cilembu untuk mendapat pendapatan lebih. Kirihuci Indonesia tidak hanya berfokus pada bidang kuliner, kami menggeluti pula bidang fashion, kerajinan, herbal, elektronik dan property.

KIRIHUCI telah berada di 75 outlet wisata dan oleh-oleh khas Bandung, seperti di Hypermart, Floatong Market, Serba Susu, Rumah Mode, Suka Sari snack, Ontjcom Raos, Kabita, Kunafe, The Great Asia, Farm House, dll. Untuk perluasan KIRIHUCI yang lebih jauh lagi, maka di akhir tahun 2018 KIRIHUCI telah berada di 45 outlet oleh-oleh Khas Cirebon dan dan Kuningan, seperti di toko Kharisma, Ceu Neneng, Toko Alit, toko Daud, Dua Mata, Hypermart Cirebon, toko Johan, Selamat, Batik Mami, dan lain-lain.

Kirihuci Indonesia tidak hanya berfokus pada bidang kuliner, kami menggeluti pula bidang fashion, kerajinan, herbal, elektronik dan property. Di tahun 2018, KIRIHUCI menjadi brand perusahaan KIRIHUCI INDONESIA yang memiliki tiga program unggulan, yaitu selling, education, dan Airaairis's Event Organizer. Program jangka panjang dari perusahaan KIRIHUCI INDONESIA adalah Kirihuci hand made dan craf, Kirihuci Travel, dan Kirihuci Fashion.

PRODUK

KIRIHUCI

SNACK DAN OLEH-OLEH

1. Brownies Panggang Talas "Kunang-Kunang" & Brownies Panggang Kombinasi Almond Keju "Kunang-Kunang"



2. Brownies Panggang Keju "Kunang-Kunang" dan Brownies Panggang Kacang Almond "Kunang-Kunang"



3. TEPUNG KANJI UBI KUNINGAN & TEPUNG KANJI UBI CILEMBU



4. TEPUNG MOBI (MODIFIKASI UBI) CILEMBU 500Gram & 1KG



5. PIE TALAS MIX & GREEN TEA



4. PIE TALAS TIRAMISU

**Online Marketing yang digunakan UMKM Kirihuci :**

Website : www.kirihuciindonesia.com : beberapa manfaat yang dapat menjadi tambahan informasi. Sarana untuk melakukan pemasaran melalui jaringan internet Perkembangan Internet semakin meningkat dari waktu ke waktu. Media website menjadi pilihan yang tepat untuk menjadi sarana media marketing seperti melakukan kegiatan promosi, dan iklan produk layanan yang dimiliki. Para pelaku usaha memanfaatkan website sebagai salah satu sarana untuk mempromosikan produk atau jasa untuk meraih keuntungan mendapatkan channel atau jaringan yang luas dan banyak. Website sendiri Memiliki jangkauan waktu dan ruang yang tak terbatas dengan penyampaian informasi yang sangat jelas sehingga produk yang terjual dapat diproses dengan sangat mudah. Proses pembayaran dapat dilakukan secara online, tanpa perlu harus menggunakan metode konvensional lagi.

Mengenalkan brand produk dari sebuah perusahaan. Apabila memiliki produk brand sendiri, maka dapat mulai mempromosikan produk melalui website. Jika ingin mencakup wilayah target user dengan skala besar, maka salah satu solusi terbaik saat ini adalah dengan melakukan promosi pada website.

Memudahkan pelaku usaha menjalin kerjasama dengan konsumen. Memudahkan Pelaku usaha untuk menjalin hubungan dengan para konsumen karena sebuah website mempunyai fitur seperti kontak email, telepon, dan media sosial lainnya. Sehingga, apabila komunikasi dapat terjaga dengan baik, maka loyalitas akan meningkat. Selaras dengan bisnis anda yang akan meningkat dari penerapan media marketing pada bisnis anda. Di dalam pemasaran internet sendiri, sukses atau tidaknya sebuah produk tergantung dari cara kerja website tersebut. Apabila proses pengerjaan pada website tersebut sangat efektif dan memenuhi target web marketing, maka produk tersebut akan mendapatkan berita penjualan atau grafik penjualan yang sangat bagus. Dan keuntungan setiap bulannya akan meningkat dan jaringan, channel atau konsumen akan bertambah setiap tahunnya.

IG : karihuci_snack

6 Manfaat Instagram Bagi Bisnis

a. Kemudahan Mempromosikan Produk dan Layanan

Instagram menawarkan berbagai fitur fungsional untuk memudahkan mengenalkan dan mempromosikan produk/layanan. Diantaranya adalah: Instagram Shopping—fitur ecommerce yang memudahkan membuat toko di Instagram, mempublikasikan shoppable post, menambahkan label belanja, hingga menampilkan koleksi dan detail produk. Instagram Promoted Posts—promosi post akun bisnis dengan menyesuaikan target audiens, besaran budget, serta durasi waktunya.

Shoppable Tags di Instagram Stories—tak hanya di post, juga bisa menambahkan shoppable tags di Instagram stories untuk menampilkan dan mempromosikan produk. Link di Instagram Stories—menampilkan link Swipe Up atau See More untuk mengarahkan audiens ke halaman produk atau area lainnya. Selanjutnya, agar semakin yakin akan pentingnya Instagram dalam proses promosi brand, mari simak beberapa data berikut: **81%** pengguna memanfaatkan Instagram untuk melakukan riset terhadap suatu produk atau layanan. **83%** pengguna juga mengaku bahwa Instagram membantu mereka untuk menemukan produk atau layanan baru. **80%** orang mengatakan kalau mereka akan membuat keputusan apakah akan memilih suatu produk atau layanan tertentu setelah melihatnya di Instagram. **130 juta** consumers menyatakan tertarik untuk memperoleh informasi lengkap mengenai produk dari shoppable posts.

b. Kesempatan Menjangkau Audiens yang Lebih Luas

Banyak orang yang tertarik menggunakan Instagram. Merujuk kepada data dari Statista, Instagram mempunyai pengguna aktif bulanan mencapai 1 miliar dan lebih dari 500 juta orang per hari. Hebatnya lagi, pengguna tersebut rata-rata menghabiskan waktu hingga **53 menit**; yang mana hampir menyamai Facebook dengan rata-rata 58 menit. Artinya, bisnis mempunyai kesempatan besar untuk menjangkau audiens baru yang belum pernah mengenal bisnis sebelumnya. Itulah mengapa Instagram juga dikenal sebagai salah satu platform terbaik untuk meningkatkan brand recognition dan brand awareness.

c. Meningkatkan Angka Penjualan

Tidak hanya sebatas membantu mempromosikan produk bisnis, Instagram juga menghadirkan berbagai fitur terbaik untuk meningkatkan angka penjualan. Faktanya, **sepertiga** pengguna Instagram juga seringkali melakukan pembelian secara langsung melalui aplikasi ini di ponsel mereka. Berikut contoh fitur fungsional untuk meningkatkan pendapatan bisnis : **Instagram Checkout**—memungkinkan konsumen untuk melakukan seluruh proses pembelian produk langsung dari Instagram tanpa harus keluar dari aplikasi tersebut. **Tombol Call-to-action**—mendorong audiens untuk melakukan berbagai tindakan yang di inginkan; mulai dari memesan makanan (order food), menjadwalkan perjanjian, membuat reservasi, membeli tiket, dan sebagainya.

d. Mengoptimalkan Visibilitas Online

Dengan strategi yang tepat, Instagram bisa dimanfaatkan untuk mengoptimalkan visibilitas online. Sebagai contoh, menggunakan hashtag untuk membuat konten semakin mudah ditemukan di halaman explore Instagram. Kemudian bagi akun bisnis, Instagram juga menawarkan elemen tambahan yang akan membuat profil terlihat semakin profesional dan memikat hati audiens. Diantaranya adalah seperti kategori bisnis, info kontak, website, dan call-to-action. Kabar baiknya, hampir semua pengguna Instagram menyukai akun bisnis. Untuk membuktikannya, mari perhatikan beberapa data berikut: **90%** akun Instagram setidaknya mengikuti satu akun bisnis. Setiap harinya, **200 juta** pengguna Instagram

mengunjungi minimal profil satu akun bisnis. [Satu dari tiga](#) stories yang mendapatkan jumlah views terbanyak adalah dari akun bisnis. [62%](#) orang menjadi semakin tertarik dengan suatu bisnis atau produk setelah melihatnya di Instagram stories

e. Membangun Hubungan Baik dengan Customers

Instagram mempunyai engagement rate yang lebih tinggi dibandingkan platform lainnya, yakni mencapai [3%](#). Oleh sebab itu, dapat di manfaatkan untuk berinteraksi dan mempererat hubungan dengan para pelanggan. Mulai dari sekedar menjawab keluh kesah mereka di kolom komentar, membangun komunitas melalui hashtag, memposting pertanyaan di stories, hingga memaksimalkan user-generated content (UGC)—semuanya akan membangun hubungan jangka panjang yang baik dengan audiens dan mendorong mereka untuk menjadi follower yang loyal.

f. Mengenali Siapa Customers Anda

Tak kalah pentingnya, Instagram bisa membantu mengenali customers dengan lebih dalam. Pasalnya, Instagram hadir dengan fitur Analytics yang memuat data demografi dan perilaku audiens. Beberapa data yang bisa di analisis meliputi usia, jenis kelamin, lokasi, konten mana yang paling disukai followers, akun apa saja yang mereka ikuti, dan sebagainya. Seluruh informasi tersebut tidak hanya bisa menjadi referensi yang sangat bermanfaat untuk membuat rencana konten Instagram, namun juga untuk mengembangkan strategi kampanye marketing bisnis secara keseluruhan.

Facebook : kirihuci

Mudah digunakan

Untuk kepentingan bisnis, Facebook Marketing tergolong mudah digunakan. Sebagai langkah pertama bisa membangun fanpage Facebook Marketing lalu mengembangkannya dengan konten yang menarik dan topik yang jelas. Maksudnya adalah perlu untuk menentukan topik yang jelas berdasar produk apa yang di jual. Jangan lupa untuk menggunakan foto dengan kualitas terbaik yang bisa memberikan impresi yang baik di mata pengunjung fanpage.

Membangun brand awareness

Membangun brand awareness jadi salah satu manfaat yang bisa diambil ketika memilih facebook marketing sebagai salah satu teknik untuk promosi. Bisa membangun eksistensi produk untuk lebih diingat oleh calon konsumen. Juga mampu meningkatkan brand recall, buat fanpage yang menarik dengan nama yang mudah diingat. Dan isi konten yang ada untuk menjawab semua kebutuhan konsumen anda. Bisa memilih cara apa yang di inginkan untuk menyebarkan brand awareness, dengan Messenger, Iklan, atau yang lainnya. Bisa mengikuti kursus gratis yang disediakan Facebook untuk membangun kesadaran merek ini.

Menciptakan prospek

Melalui facebook marketing, bisa lebih dekat dengan pelanggan. Dengan klik yang pengunjung berikan, anda bisa mendapatkan informasi tentang mereka. Disini bisa menyambungkan langsung dengan CRM (customer relationship management) anda sehingga hal tersebut lebih memudahkan tim penjualan anda. Bisa menggunakan beberapa cara untuk menonjolkan iklan prospek, pertama bisa tampilkan nilai iklan dengan cara yang jelas, kedua buat dengan cara yang sederhana, ketiga harus cerminkan identitas merek anda secara konsisten.

Meningkatkan penjualan toko offline

Dengan Facebook Marketing yang bias di dimanfaatkan dengan baik, hal ini bisa membawa penjualan toko offline mencapai target yang diharapkan. Buat penawaran yang menarik untuk calon konsumen supaya mereka bisa menaruh hatinya di toko di antara banyaknya bisnis lain yang serupa. Bisa juga menandai toko di maps agar toko offline anda mudah dijangkau oleh orang yang berada di sekitar toko.

Menjangkau lebih banyak audiens

Sudah tidak bisa dipungkiri dengan kekuatan Facebook Marketing, anda bisa menjangkau lebih banyak audiens dari lokasi terdekat dengan toko offline atau dari luar negeri sekalipun. Bisa menambahkan fitur berbelanja yang bisa memudahkan calon pelanggan anda untuk segera memutuskan pilihan berbelanja. Tidak hanya itu, anda juga bisa mendapatkan laporan langsung dari kinerja fanpage atau iklan yang di tampilkan.

Marketplace: Shopee, tokopedia, dan blibli : kirohuci_snack

Berikut ini adalah beberapa keuntungan menjual produk melalui marketplace:

1. Lebih Mudah Memulai. Marketplace memungkinkan memulai bisnis online kapan saja. Hanya perlu menentukan marketplace mana yang ingin di gunakan, dan mulai mendaftar. Sebagai contoh, jika ingin membangun bisnis tersebut melalui *Tokopedia*, Anda bisa menggunakan akun *Facebook*, *Google*, email atau nomor ponsel.

tokopedia



Jual Beli Mudah Hanya di Tokopedia
Gabung dan rasakan kemudahan bertransaksi di Tokopedia

Daftar Sekarang
Sudah punya akun Tokopedia? [Masuk](#)

atau daftar dengan

Nomor Ponsel atau Email

Masukkan nomor ponsel atau email untuk mendaftar

Dengan mendaftar, saya menyetujui Syarat dan Ketentuan serta Kebijakan Privasi.

Setelah tahapan registrasi selesai, bisa mulai mengisi identitas dan bisnis. Selanjutnya, langsung pasang berbagai produk pada etalase toko di marketplace tersebut. Tiap marketplace bisa saja memiliki cara yang berbeda. Namun, secara garis besar, cukup daftar akun, lalu tampilkan produk.

2. **Hanya Perlu Modal Minimal** : Selain mudah, mendaftar di marketplace tidak dikenakan biaya. Bahkan, jika sebatas penjual reguler, tidak ada biaya layanan yang dibebankan. Bergantung marketplace yang di gunakan, mungkin hanya akan berbagi profit sebesar 1% per produk jika melakukan upgrade. Tujuan upgrade status keanggotaan adalah mendapatkan berbagai keuntungan promosi dan tingkat kepercayaan pembeli. Namun, menjadi penjual reguler pun bukan halangan untuk meraih pendapatan dari penjualan produk.

3. **Sistem Telah Tersedia** : tak perlu repot merancang sistem bagi bisnis online. Marketplace sudah menyiapkan sarana berjualan dengan baik. Mulai dari website dan platformnya, desain yang menarik, alur pembelian produk dan lainnya. Satu hal yang perlu di lakukan hanyalah mengunggah

foto terbaik produk. Tak lupa juga, berikan deskripsi yang mencerminkan keunggulan produk. Dengan cara ini, produk akan mampu bersaing dengan kompetitor lainnya.

4. Pasar Sudah Terbentuk : Sesuai namanya, marketplace adalah sebuah pasar online. Artinya, pembeli akan langsung datang ke pasar jika membutuhkan sebuah produk. Menggunakan contoh **Etsy**. Jika seseorang ingin membeli produk kerajinan tangan, ia tak perlu bingung mencari siapa penjual yang memiliki barang tersebut. Ia cukup datang ke pasar online dan membeli produk dengan mudah. Nama baik sebuah marketplace menentukan keberhasilan bisnis yang Anda jalankan. Baik dari kemudahan akses, hingga tingkat keamanan transaksi yang dikelolanya. Singkatnya, jika seseorang membeli dari **Lazada**, nama marketplace itulah yang ada di benak mereka, bukan toko Anda. Bagi pebisnis baru, hal ini tentu cukup membantu.

5. Tidak Perlu Strategi Marketing : Pernah mendengar adanya gratis pengiriman barang (free ongkir)? [promo hosting gratis domain](#) Atau promo diskon 10.10? Ya, ada banyak cara menawarkan produk agar menarik pelanggan. Marketplace memiliki segudang [strategi marketing](#). Artinya, tidak perlu melakukannya sendiri, hanya perlu fokus kepada kualitas dan ketersediaan produk ketika berjualan di marketplace. Bahkan, marketplace juga akan memikirkan bagaimana cara menarik semakin banyak orang datang ke platform mereka. Hal ini membutuhkan teknik [SEO \(Search Engine Optimization\)](#) dan strategi pemasaran yang baik. Sekali lagi, tidak perlu melakukan langkah tersebut sendiri.

KESIMPULAN

Dari penelitian yang kami buat, dapat disimpulkan bahwa apabila kita menggunakan Media Sosial melalui Online Marketing sangatlah bermanfaat, karena masyarakat Indonesia sekarang sudah tidak bisa lepas dari pengaruh internet dalam memenuhi kebutuhannya. Dengan pembelian produk baik barang maupun jasa melalui online akan menghemat tenaga lebih praktis dan efisien. Apabila perusahaan tidak mengikuti kebutuhan jaman sekarang akan internet maka para pesaing akan masuk ke pasar potensial. Perusahaan tidak akan dilirik lagi karena sudah tertinggal jauh untuk memenuhi semua kebutuhan konsumen akan makanan ringan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Muarf, 9 Desember 2020 dalam “Yuk Kenali Berbagai Manfaat Instagram Untuk Bisnis Anda” Q. Words
- Breestudio.com/5-manfaat-facebook-marketing-untuk-media-promosi/2021
Celuch et al., 2007
- <https://www.jurnal.id/id/blog/perpindahan-bisnis-dari-offline-ke-online/>Jurnal Cristia Janto Juni 10, 2020
- Sekawan Media, Muhammad Robith Adani, 11 Agustus 2017 dalam Manfaat Website sebagai Media Marketing bagi pelaku bisnis dan Usaha