

**Prosiding Seminar Nasional Gelar Wicara
Volume 1, April 2023**

Universitas Mataram, 23-24 Februari 2023

**STRATEGI PEMASARAN MELALUI INOVASI PENGEMASAN PRODUK USAHA ROTI GUBUK
MASYARAKAT DESA RUMAK**

Mutia Jayeswari, Hilya Sholihah Satriy, Reza Apriandi, Rieke Oktavia Fanfiana, Hardiana Oktaviani, Ichwanudin Mudhakhir, Ni Kadek Sintia Ari Sabel, Eza Insan Pratama, Tilly Ayezah

Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Mataram

Alamat korespondensi: mutiyajayeswari@gmail.com

Jalan Majapahit No. 62 Mataram, Nusa Tenggara Barat

ABSTRAK

Telah dilakukan inovasi pengemasan produk dari usaha roti gubuk masyarakat di Desa Rumak yang dilakukan oleh kelompok mahasiswa KKN Universitas Mataram yang dilaksanakan dari bulan Desember 2022 sampai dengan Februari 2023. Usaha ini dilakukan sebagai salah satu strategi untuk meningkatkan pemasaran produk roti gubuk untuk membangkitkan kembali usaha tersebut yang dalam beberapa tahun terakhir mengalami kelesuan, baik dalam hal pemasaran maupun jumlah pengusaha roti gubuk. Adapun beberapa langkah-langkah yang telah dilakukan diantaranya yaitu kegiatan koordinasi bersama masyarakat, sosialisasi dengan pihak balai kemas provinsi Nusa Tenggara Barat, kegiatan pengemasan, kegiatan pemasaran yang meliputi sales promotion, online marketing dan mouth marketing. Kemudian kegiatan terakhir yaitu berupa tindak lanjut atau kegiatan monitoring terhadap produk. Diantara beberapa strategi yang telah dilaksanakan oleh mahasiswa KKN Terpadu Universitas Mataram adapun dampak atau hasil yang didapatkan dari pelaksanaan kegiatan yaitu meningkatkan daya saing pemasaran untuk produk roti gubuk salah satunya dengan melalui media online atau beberapa pihak swalayan.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Inovasi Pengemasan, Produk Usaha Roti Gubuk

PENDAHULUAN

Desa Rumak merupakan salah satu desa yang terletak di kecamatan Kediri kabupaten Lombok Barat, provinsi NTB. Desa Rumak terdiri dari empat dusun, yaitu Dusun Rumak Timur Utara, Dusun Rumak Timur Selatan, Dusun Rumak Barat Utara dan Dusun Rumak Barat Selatan. Desa ini sangat potensial untuk pengembangan usaha Jasa dan Perdagangan mengingat lokasinya yang sangat strategis berada pada jalur menuju Pelabuhan Laut Lembar dan Bandara Internasional Lombok. Terletak di persimpangan jalan menuju ibu kota Provinsi NTB di Mataram (7 km), ibu kota Kabupaten Lombok Barat di Gerung (4 km) dan ibu kota Kabupaten Lombok Tengah di Praya (20 km). Selain itu Desa Rumak juga bisa menjadi sentral dari beberapa kawasan wisata di sekitarnya, seperti Desa wisata Banyumulek di sebelah barat, pusat kerajinan kayu di Desa Labuapi, wisata religius di Desa Kediri, dan wisata perkebunan di Desa Kebon Ayu Gerung. Desa Rumak memiliki satu ciri khas dusun dari ke empat dusun yang ada, yaitu dusun Rumak Timur Selatan atau disebut sebagai gubuk roti atau gubuk ruti. Gubuk roti sendiri memiliki makna dusun roti. Roti yang dimaksud yaitu merupakan jajanan khas dari Desa rumak yaitu kue kering yang beragam. Hampir semua keluarga di dusun Rumak Timur Selatan menggeluti usaha ini sebagai sentral ekonomi masyarakat.

Namun dalam kenyataannya usaha produsen roti ini dikatakan tidak berjalan sesuai harapan. Produsen usaha roti gubuk masyarakat Desa Rumak masih mengalami permasalahan yaitu berkaitan dengan bagaimana pemasaran yang baik dan benar dalam meningkatkan produk usaha. Setiap bisnis yang dijalankan penting untuk dapat menerapkan strategi yang tepat dan sesuai dengan kebutuhan target marketnya. Salah satu strategi yang penting bagi produsen adalah strategi pemasaran, hal ini

memiliki peranan yang penting karena keberlangsungan bisnis sangat tergantung dari cashflow yang positif dari usaha tersebut. Oleh karena itu, diperlukan suatu cara atau strategi dalam meningkatkan pemasaran produk usaha, salah satunya melalui inovasi atau pengembangan pengemasan. Pengemasan produk yang masih sederhana dan tradisional menjadi salah satu faktor terhambatnya peningkatan pemasaran produk.

Permasalahan

Berdasarkan survey yang telah dilakukan penulis terhadap kelompok produsen usaha, maka diketahui 3 aspek permasalahan yang dihadapi, yaitu diantaranya:

1) Aspek Produksi

Aspek produksi kelompok produsen masih memiliki kemampuan terbatas berkaitan dengan melakukan produksi usaha dengan baik dan benar. Salah satunya terkait dengan aspek pengemasan dalam produksi usaha kelompok produsen.

2) Aspek Pemasaran

Aspek produksi kelompok produsen masih memiliki kemampuan terbatas berkaitan dengan bagaimana melakukan pemasaran hasil produksi, dikarenakan pemasaran produk usaha kelompok mitra hanya dipasarkan kepada konsumen-konsumen pihak kecil dan ke pasar-pasar tradisional. Serta rendahnya kemampuan kelompok untuk menerapkan berbagai sistem pemasaran terutama yang berbasis cyber marketing dan online marketing. Dengan adanya strategi pemasaran ini diharapkan akan memperluas konsumen dari kelompok produsen.

3) Aspek Ekonomi.

Desa rumak merupakan salah satu desa di kecamatan Kediri yang diapit oleh beberapa desa lainnya. Namun apabila dikaitkan dengan aspek ekonomi masyarakat di Desa Rumak masyarakat usia produktifnya lebih memilih untuk pergi merantau ke luar daerah/negeri karena kurangnya lapangan pekerjaan. Selanjutnya kondisi ini yang menyebabkan rendahnya tingkat pendapatan dan daya beli masyarakat.

Solusi

Berdasarkan dari 3 aspek permasalahan yang dijabarkan di atas, maka adapun solusi yang ditawarkan oleh Tim KKN Terpadu Desa Rumak adalah sebagai berikut:

No	Bidang dan Permasalahan	Solusi yang ditawarkan/ Rencana Kerja
1	Aspek Produksi Aspek produksi kelompok produsen masih memiliki kemampuan terbatas berkaitan dengan melakukan produksi usaha dengan baik dan benar. Salah satunya terkait dengan aspek pengemasan dalam produksi usaha kelompok produsen.	-Memberikan pengetahuan dan pelatihan kepada kelompok produsen guna meningkatkan kemampuan dan keterampilan kelompok mitra. -Mendesain kemasan yang menarik dan hygenis untuk menghasilkan produk roti gubuk yang memiliki nilai jual yang tinggi.
2	Aspek Pemasaran Aspek produksi kelompok produsen masih memiliki kemampuan terbatas berkaitan dengan bagaimana melakukan pemasaran hasil produksi, dikarenakan pemasaran produk usaha kelompok produsen hanya dipasarkan kepada konsumen-konsumen pihak kecil dan ke pasar-pasar tradisional. Serta rendahnya kemampuan kelompok untuk menerapkan berbagai sistem pemasaran terutama yang berbasis cyber marketing dan online marketing. Dengan adanya strategi pemasaran ini diharapkan akan memperluas konsumen sasaran.	Merancang metode pemasaran yang berbasis online salah satunya dengan memanfaatkan sosial media dan mendesign katalog dan leaflet produk untuk pemasaran roti gubuk Desa Rumak. Dengan metode pemasaran ini diharapkan produk-produk yang dihasilkan oleh kelompok produsen dapat disosialisasikan secara lebih efektif dengan berbasis inovasi dan IT serta memasarkan produk ke swalayan.
3	Aspek Ekonomi Desa Rumak merupakan salah satu desa di	Melibatkan seluruh lapisan masyarakat desa

kecamatan Kediri yang diapit oleh beberapa desa lainnya. Namun apabila dikaitkan dengan aspek ekonomi masyarakat di Desa Rumak masyarakat usia produktifnya lebih memilih untuk pergi merantau ke luar daerah/negeri karena kurangnya lapangan pekerjaan. Selanjutnya kondisi ini yang menyebabkan rendahnya tingkat pendapatan dan daya beli masyarakat.	Rumak dalam mengembangkan berbagai bentuk ekonomi kreatif salah satunya produk roti gubuk desa Rumak agar dapat dipasarkan lebih luas lagi.
---	---

METODE KEGIATAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kaji tindak partisipatif melalui pelatihan dan pembelajaran berupa sosialisasi, dan kolaborasi antara peneliti dengan kelompok produsen. Sedangkan teknik yang digunakan dalam kegiatan ini adalah dengan melalui proses inovasi pengemasan dan pemasaran produk. Adapun teknis pelaksanaan kegiatan terbagi menjadi tiga (3) diantaranya:

1) Persiapan

Pada tahap persiapan dilakukan guna mengetahui adanya permasalahan dari pihak produsen terhadap aspek produksi usaha. Dari permasalahan tersebut, maka diketahui tindakan selanjutnya berkaitan dengan pemberian tindak lanjut berupa pelaksanaan kegiatan yang akan dilakukan guna membantu dan mengembangkan keberlangsungan usaha roti gubuk yang ada di Desa Rumak.

2) Pelaksanaan kegiatan

Pada tahap ini, pelaksanaan kegiatan meliputi pelaksanaan sosialisasi yang merupakan kegiatan pelatihan sekaligus pembelajaran untuk kelompok produsen tentang bagaimana teknik pengemasan yang baik dan benar untuk produk usaha. Sehingga setelah dilakukannya sosialisasi, maka peneliti melakukan kolaborasi dengan pihak kelompok produsen terkait pemberian strategi pemasaran melalui inovasi pengemasan yang dilkakukan. Dengan adanya kegiatan kolaborasi ini, maka Tim KKN Terpadu Desa Rumak melakukan pemasaran melalui inovasi pengemasan produk roti gubuk.

3) Evaluasi dan Monitoring Produk

Evaluasi dan monitoring kegiatan dilakukan secara berkelanjutan dengan melibatkan anggota pelaksana terhadap kegiatan pemasaran produk. Evaluasi ini dilaksanakan untuk mengetahui keberhasilan kegiatan berdasarkan target yang ditetapkan. Sedangkan monitoring produk merupakan bagian dari evaluasi yang merupakan bahan dasar dari kegiatan tindak lanjut yang telah dilaksanakan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sesuai dengan tujuan penelitian, pada bagian ini menyajikan hasil dan pembahasan dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat mulai dari memberikan pemahaman dan pengetahuan tentang kegiatan yang bertujuan untuk mengembangkan usaha ekonomi masyarakat desa yang dilakukan oleh Tim KKN Terpadu Desa Rumak Periode Desember 2022-Februari 2023. Secara garis besar terbagi menjadi tiga kegiatan pelaksanaan, diantaranya kegiatan koordinasi, sosialisasi, pemasaran, dan kegiatan tindak lanjut berupa monitoring produk.

1) Kegiatan Koordinasi

Sebelum dilakukannya inovasi pengemasan produk roti gubuk oleh Tim KKN Terpadu Desa Rumak, maka pada tahap pertama dilakukan kegiatan koordinasi berkaitan dengan produk usaha masyarakat yang dinamakan roti gubuk. Kegiatan koordinasi ini meliputi kegiatan wawancara bersama dengan pihak desa dan masyarakat yang merupakan produsen dari roti gubuk, kegiatan ini merupakan kegiatan untuk mengetahui sejauh mana permasalahan dan pemberian solusi oleh Tim KKN Terpadu Desa Rumak. Secara garis besar adapun permasalahan yang dihadapi oleh pihak produsen roti gubuk yaitu berkaitan dengan pemasaran produk. Sehingga dari permasalahan tersebut, maka kegiatan berikutnya merupakan kegiatan lanjutan dari pemberian solusi terhadap permasalahan yang dihadapi.

Adapun beberapa hal yang ditemukan oleh Tim KKN Terpadu Desa Rumak terhadap produksi roti gubuk berkaitan dengan pemasaran, yaitu diantaranya: Pengemasan produk roti gubuk cenderung masih sederhana dengan penggunaan bahan seadanya berupa plastik OPP (oriented polypropylene)

berukuran seragam. Selain itu, pada bagian plastik hanya menggunakan perekat sederhana seperti steples dan perekat lilin.



Gambar 1.1 kegiatan koordinasi bersama produsen roti gubuk di pihak A



Gambar 1.2 kegiatan koordinasi bersama produsen roti gubuk di pihak A

2) Kegiatan Sosialisasi dan Kolaborasi

Kegiatan sosialisasi bukan hanya sekedar kegiatan diskusi bersama. Namun lebih dari itu, Sosialisasi merupakan proses interaksi sosial yang menyebabkan seorang individu mengenal cara berpikir, berperasaan, dan bertingkah laku sehingga membuatnya dapat berperan serta dalam kehidupan bermasyarakat (Syarif, 2012, p. 1). Sehingga dengan adanya kegiatan sosialisasi yang dilakukan oleh Tim KKN Terpadu Desa Rumak dengan narasumber oleh pihak Balai Kemasan Provinsi NTB berkaitan dengan bagaimana kemasan yang baik bagi produk diharapkan dapat memberikan proses yang baik bagi masyarakat pihak produsen untuk inovasi pengemasan produk roti gubuk dengan kolaborasi atau kerjasama antara pihak produsen roti gubuk dengan Tim KKN Terpadu Desa Rumak.



Gambar 1.3 kegiatan sosialisasi bersama Balai Kemasan NTB



Gambar 1.4 Foto bersama KKN T UNRAM dan pihak Balai Kemasan NTB

3) Kegiatan Pengemasan

Berdasarkan dari temuan Tim KKN Terpadu Desa Rumak berkaitan dengan produk roti gubuk. Maka dilakukan inovasi berupa pengembangan pengemasan pada produk sehingga produk menjadi lebih menarik dan mempunyai ciri khas. Sebelum berlangsungnya kegiatan pelaksanaan pengemasan, adapun kegiatan yang dilakukan sebelumnya adalah pengajuan proposal pendanaan dan pembelian alat dan bahan

1. Proposal Pendanaan

Pengajuan proposal pendanaan merupakan kegiatan yang dilakukan oleh Tim KKN Terpadu Desa Rumak guna mendapatkan bantuan dari beberapa pihak. Sehingga permasalahan produksi dapat diselesaikan segera dengan adanya bantuan pendanaan dari beberapa pihak.

2. Pembelian Alat dan Bahan

Tahap ini merupakan tahap pemanfaatan dari pendanaan yang didapatkan oleh Tim KKN Terpadu Desa Rumak yang didistribusikan berupa kemasan dan alat perekat untuk kemasan. Adapun kemasan yang digunakan yaitu kemasan plastik berupa standing pouch dengan ukuran 12x20. Selanjutnya pelengkap dari kemasan produk yaitu berupa pemberian label atau pelabelan.

3. Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan pengemasan dilakukan oleh Tim KKN Terpadu Desa Rumak yang berkolaborasi dengan pihak produsen roti gubuk di Desa Rumak. Pengemasan dilakukan dengan menggunakan kemasan standing pouch dan perekat kemasan berupa mesin Impulse Sealer. The Impulse Sealer is used to ensure a water tight and air tight seal for effective packing and sterilization (OMCAN, 2018, p. 4). Artinya bahwa Impulse Sealer digunakan untuk memastikan segel kedap air dan udara dengan pengemasan dan sterilisasi yang efektif. Dengan adanya penggunaan alat impulse sealers, maka produk roti gubuk dapat terjaga sterilisasinya sehingga rasa dari roti gubuk tetap terjaga dikarenakan kemasan yang kedap air dan udara.



Gambar 1.5 Impulse Sealer



Gambar 1.6 percobaan merekatkan kemasan dengan impulse sealer

Kemudian dari adanya kegiatan kolaborasi antara pihak produsen roti gubuk dan Tim KKN Terpadu Desa Rumak, terciptanya suatu kegiatan pemberian bantuan berupa alat perekat plastik dan plastik kemasan yaitu Impulse sealers bagi pihak produsen roti gubuk. Berikut merupakan foto dari kemasan roti gubuk sebelum dan sesudah Tim KKN Terpadu Desa Rumak melakukan inovasi pengemasan :



Gambar 1.7 Pengemasan roti gubuk sebelum dilakukan inovasi pengemasan



Gambar 1.8 Pengemasan roti gubuk sebelum dilakukan inovasi pengemasan

4) Kegiatan Pemasaran

1. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran merupakan upaya memasarkan suatu produk, baik itu jasa atau barang, dengan menggunakan pola rencana dan teknik tertentu sehingga jumlah penjualan menjadi lebih meningkat dari penjualan sebelumnya (Haque-Fawzi et al., 2022, p. 9). Berdasarkan pendapat tersebut, maka diketahui bahwa strategi dalam pemasaran merupakan aspek yang penting bagi setiap produk usaha, tak terkecuali pada produk roti gubuk masyarakat Desa Rumak.

2. Pelaksanaan Kegiatan

1) Analisis strategi pemasaran

Strategi pemasaran merupakan upaya memasarkan suatu produk, baik itu jasa atau barang, dengan menggunakan pola rencana dan teknik tertentu sehingga jumlah penjualan menjadi lebih

meningkat dari penjualan sebelumnya (Haque-Fawzi et al., 2022, p. 9). Berdasarkan pendapat tersebut, maka diketahui bahwa strategi dalam pemasaran merupakan aspek yang penting bagi setiap produk usaha, tak terkecuali pada produk roti gubuk masyarakat Desa Rumak.

2) Penetapan harga dan anggaran penjualan

Pada pelaksanaan tahap penetapan harga ditinjau dari penggunaan alat dan bahan yang digunakan. Hal ini berkaitan dengan strategi pemasaran yang ditentukan oleh Tim KKN Terpadu Desa Rumak dengan pemberian harga kepada pihak mitra berupa penawaran pada bagian harga dengan memperhatikan anggaran penjualan produk. Hal ini selaras menurut (Haque-Fawzi et al., 2022, p. 288) bahwa dalam strategi pemasaran dengan memberikan harga yang ditinggikan untuk suatu produk dan kemudian menawarkannya sebagai penghematan besar.

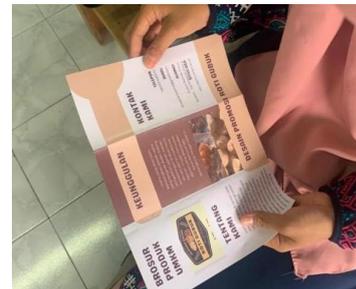
Selain itu, aspek anggaran penjualan penting untuk diperhatikan sebagaimana menurut (Haque-Fawzi et al., 2022, p. 296) bahwa anggaran penjualan berperan penting dalam kelangsungan operasional perusahaan agar bisa mencapai tujuan utama perusahaan. Berdasarkan pendapat tersebut apabila dikaitkan dengan pihak produksi roti gubuk, maka anggaran penjualan berperan penting dalam keberlangsungan produksi roti gubuk sehingga dapat tercapainya tujuan utama dari produksi yaitu guna meningkatkan ekonomi masyarakat Desa Rumak.

3) Sales promotion

Menurut Abdurrahman (Haque-Fawzi et al., 2022, p. 54) promosi penjualan merupakan insentif jangka pendek untuk mendorong pembelian atau penjualan produk atau jasa. Berdasarkan pengertian di atas, maka promosi penjualan digunakan sebagai pendorong pembelian atau penjualan produk, hal ini tentu saja berkaitan dengan penjualan produk usaha roti gubuk masyarakat Desa Rumak oleh Tim KKN Terpadu Desa Rumak. Adapun kegiatan sales promotion yang Tim KKN lakukan ialah dengan menawarkan produk roti gubuk ke beberapa pihak swalayan dengan pemberian promotion pada harga yang ditawarkan. Selain itu juga dengan pemberian leaflet atau brosur berupa keterangan atau keunggulan dari produk roti gubuk.



Gambar 1.9 sales promotion di toko swalayan



Gambar 1.10 leaflet produk usaha roti gubuk

4) Online marketing

Selain dengan melakukan sales promotion ke toko swalayan, Tim KKN Terpadu Desa Rumak juga melakukan marketing melalui online marketing dengan memanfaatkan fitur internet. Online marketing merupakan upaya untuk melakukan pemasaran suatu produk (barang dan jasa) melalui media elektronik atau internet (Haque-Fawzi et al., 2022, p. 79). Dengan adanya online marketing, diharapkan dapat menjadi sarana pemasaran usaha produk roti gubuk.

Berikut merupakan nama akun online marketing yang dibuat oleh Tim KKN Terpadu Desa Rumak untuk mempromosikan produk usaha roti gubuk masyarakat desa Rumak.

<https://instagram.com/rotigubuk?igshid=MDM4ZDc5MmU=>

5) Mouth marketing

Selain dari beberapa strategi promosi dan pemasaran di atas, salah satu strategi yang cukup efektif juga yaitu mouth marketing atau pemasaran dari mulut ke mulut. Hal ini selaras menurut (Haque-Fawzi et al., 2022, p. 94) bahwa informasi mulut ke mulut merupakan salah satu strategi promosi yang efektif, karena yang akan menginformasikannya ialah pengguna atau konsumen secara suka rela tanpa disadari karena kepuasan akan pelayanan atau produk yang diberikan. Tim KKN Terpadu Desa Rumak juga melakukan strataegi ini dengan menwarkan produk roti gubuk ke beberapa tempat yang ramai dan strategis, yaitu pasar-pasar tradisional. Antusias masyarakat yang tertarik

dengan adanya kemasan yang menarik dapat menarik minat pembeli.



Gambar 1.11 Mouth Marketing

5) Tindak Lanjut

Berdasarkan dari beberapa kegiatan yang telah dilaksanakan, maka pada tahap akhir proses pelaksanaan yaitu berupa tindak lanjut atau monitoring dari kegiatan-kegiatan yang telah dilakukan oleh Tim KKN Terpadu Desa Rumak. Adapun proses tindak lanjut dari strategi pemasaran melalui inovasi pengemasan merupakan sebuah proses pengulangan yang berbentuk lingkaran dan terbagi menjadi empat tahap yaitu menurut Cravens & Piercy dalam (Haque-Fawzi et al., 2022, p. 42) 1. analisis situasi strategis, 2. menetapkan strategi pemasaran, 3. pengembangan program pemasaran, dan 4. pelaksanaan serta mengelola strategi pemasaran, seperti terlihat pada gambar dibawah ini (Ayesha et al., 2022, p. 10) :



Gambar 1.12 Strategi pemasaran

Melalui gambar di atas, diketahui bahwa strategi pemasaran bukan hanya sampai pada tahap penetapan strategi untuk pemasaran roti gubuk, tetapi berlanjut ke tahap pengembangan dan pelaksanaan dari pemasaran produk roti gubuk yang telah dilakukan oleh Tim KKN Terpadu Desa Rumak.



Gambar 1.13 Monitoring I
Produk Roti gubuk di Swalayan



Gambar 1.14 Monitoring II
Produk Roti gubuk di Swalayan



Gambar 1.15 Monitoring Produk Roti gubuk di Swalayan

KESIMPULAN

Secara garis besar Tim KKN Terpadu Desa Rumak membagi dalam tiga kegiatan pelaksanaan, diantaranya kegiatan koordinasi, sosialisasi, pemasaran, dan kegiatan tindak lanjut berupa monitoring produk.

Kegiatan koordinasi merupakan kegiatan untuk mengetahui sejauh mana permasalahan dan pemberian solusi oleh Tim KKN Terpadu Desa Rumak. Adapun permasalahan yang dihadapi oleh pihak produsen roti gubuk yaitu berkaitan dengan pemasaran produk. Sehingga dilakukanlah kegiatan sosialisasi oleh Tim KKN Terpadu Desa Rumak dengan narasumber oleh pihak Balai Kemasan Provinsi NTB berkaitan dengan bagaimana kemasan yang baik bagi produk dan diharapkan dapat memberikan proses yang baik bagi masyarakat pihak produsen untuk inovasi pengemasan produk roti gubuk dengan kolaborasi antara pihak produsen roti gubuk dengan Tim KKN Terpadu Desa Rumak. Pengemasan dilakukan dengan menggunakan kemasan standing pouch dan perekat kemasan berupa mesin Impulse Sealer.

Strategi pemasaran yang digunakan berupa sales promotion, online marketing, dan mouth marketing. Adapun proses tindak lanjut dari strategi pemasaran melalui inovasi pengemasan merupakan sebuah proses pengulangan yang berbentuk lingkaran dan terbagi menjadi empat tahap yaitu 1) analisis situasi strategis, 2) menetapkan strategi pemasaran, 3) pengembangan program pemasaran, dan 4) pelaksanaan serta mengelola strategi pemasaran.

Adapun Output yang dihasilkan dalam pelaksanaan kegiatan KKN Terpadu Unram periode Desember-Februari 2022-2023 ini adalah pengetahuan masyarakat tentang bagaimana strategi pemasaran produk roti gubuk melalui inovasi pengemasan. Produk roti gubuk yang dihasilkan selama proses ini diharapkan mampu menjadi salah satu upaya untuk pengembangan mata pencaharian Desa Rumak yang akan meningkatkan kesejahteraan dan perekonomian warga Desa Rumak. Dengan adanya artikel ini, diharapkan dapat memberikan kontribusi dan sarana referensi bagi kegiatan berikutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Ayesha, I., Pratama, I. W. A., Hasan, S., Amaliyah, Effendi, N. I., Yusnanto, T., Diwyarthi, N. D. M. S., Utami, R. D., Firdaus, A., Mulyana, M., Fitriana, Norhidayati, & Egim, A. S. (2022). *Digital Marketing (Tinjauan Konseptual)*. PT. Global Eksekutif Teknologi.
- Haque-Fawzi, M. G., Iskandar, A. S., Erlangga, H., Nurjaya, & Sunarsi, D. (2022). *STRATEGI PEMASARAN Konsep, Teori, dan Implementasi*. Pascal Books.
- OMCAN. (2018). *Impulse Sealers Instruction Manual*. OMCAN American food service industry.
- Syarif, J. (2012). Sosialisasi Nilai-Nilai Kultural Dalam Keluarga Studi Perbandingan Sosial-Budaya Bangsa-Bangsa. *Sabda: Jurnal Kajian Kebudayaan*, 7(1), 1–10.