

## **Penetapan Strategi Pemasaran Serta Peningkatan Kualitas Produk Untuk Meningkatkan Penjualan Pada UMKM OPPA BOX Lubuk Begalung Kota Padang**

**Nibras Sabila<sup>1</sup>, Ananda Putri Marcella<sup>2</sup>, Mutiara Hijriyah<sup>3</sup>, Vivi Nila Sari<sup>4</sup>**

*<sup>1,2,3,4</sup> Universitas Putra Indonesia YPTK Padang, Indonesia*

### **Corresponding Author**

**Nama Penulis:** Nibras Sabila

**E-mail :** [nibrassabila56@gmail.com](mailto:nibrassabila56@gmail.com)

### **Abstrak**

UMKM memiliki peran vital dalam pengembangan ekonomi lokal dan pemberdayaan masyarakat. UMKM OPPA BOX di Lubuk Begalung, Kota Padang, merupakan pelaku usaha yang bergerak di bidang kuliner dengan menawarkan berbagai inovasi makanan khas Korea. Namun, UMKM ini menghadapi tantangan dalam hal pemasaran, kualitas produk, serta daya saing. Kegiatan ini bertujuan untuk menciptakan strategi pemasaran yang tepat serta meningkatkan kualitas produk untuk mendorong peningkatan penjualan. Melalui pendekatan observatif dan partisipatif dalam kegiatan PKL, ditemukan bahwa penggunaan media sosial, optimalisasi kemasan, dan peningkatan rasa serta kebersihan dapat meningkatkan citra dan daya tarik OPPA BOX. Hasil kegiatan ini menunjukkan adanya peningkatan kesadaran merek dan minat beli masyarakat. Rekomendasi yang diberikan mencakup strategi branding berbasis lokal, pelatihan manajemen usaha, serta kolaborasi digital untuk ekspansi pasar yang lebih luas.

**Kata kunci** - strategi pemasaran, kualitas produk, penjualan, UMKM, OPPA BOX

### **Abstract**

MSMEs play a vital role in local economic development and community empowerment. UMKM OPPA BOX in Lubuk Begalung, Padang City, is a business engaged in the culinary sector by offering various Korean-style food innovations. However, this MSME faces challenges in marketing, product quality, and competitiveness. This activity aims to design appropriate marketing strategies and improve product quality to increase sales. Through an observational and participatory approach in street vendor activities, it was found that the use of social media, packaging optimization, and improving taste and cleanliness can enhance the appeal of OPPA BOX. The outcomes of this activity indicate an increase in brand awareness and public purchasing interest. Recommendations include local-based branding strategies, business management training, and digital collaboration for wider market expansion.

**Keywords** - marketing strategy, product quality, sales, MSME, OPPA BOX

## **PENDAHULUAN**

UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) merupakan salah satu pilar utama dalam pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Di tengah kompetisi yang semakin ketat, terutama di sektor kuliner, keberhasilan UMKM sangat dipengaruhi oleh kemampuannya dalam menjaga dan meningkatkan kualitas produk secara berkelanjutan. Salah satu bentuk UMKM yang mengusung konsep unik adalah OPPA BOX, sebuah usaha kuliner yang berlokasi di Lubuk Begalung, Kota Padang. UMKM OPPA BOX menawarkan makanan dan minuman yang pada dasarnya umum dijumpai di berbagai kafe, namun memiliki keunikan tersendiri melalui branding yang khas dengan nuansa Korea. Penamaan “OPPA” yang berarti ‘kakak laki-laki’ dalam bahasa Korea, dipadukan dengan kata “BOX” yang mengesankan penyajian yang praktis dan menarik, menjadi daya tarik tersendiri di kalangan remaja dan penggemar budaya Korea.

UMKM memiliki peran strategis dalam penguatan perekonomian nasional melalui penciptaan lapangan kerja, inovasi produk, serta kontribusi pada PDB Indonesia (Kementerian Koperasi dan UKM RI, 2021). OPPA BOX, salah satu UMKM di Lubuk Begalung, Kota Padang, dengan menu makanan dan minuman umum seperti ayam geprek, rice bowl, mie, toast, kentang goreng, lumpia dan minuman boba, namun memiliki keunikan branding dengan nama Korea seperti Korean Oppa Drink yang menjadi daya tarik utama. (Gersom Hendarsono, 2013) menyatakan bahwa industri makanan dan minuman adalah industri yang sangat kompetitif, sehingga inovasi kualitas produk menjadi faktor kunci keberlanjutan bisnis. Hal ini diperkuat oleh (Radiansyah, A., 2023) yang menekankan pentingnya jaminan mutu produk serta kepatuhan standar keamanan pangan dalam membangun kepercayaan pelanggan. Sejalan dengan (Juita, 2016), keterbatasan modal dan manajemen yang lemah menjadi tantangan besar UMKM, sehingga peningkatan kualitas produk harus dibarengi penguatan aspek manajerial dan pemasaran yang efektif.

Peningkatan kualitas produk pada UMKM OPPA BOX diharapkan dapat memberikan nilai tambah bagi usaha, baik melalui rasa, pengemasan, maupun inovasi varian minuman khas Korea yang sesuai tren remaja. Pelatihan SDM untuk menghasilkan produk berkualitas tinggi menjadi salah satu langkah penting (Adawiyah WR, 2013). Dengan demikian, strategi penguatan kualitas produk serta inovasi nama menu yang menarik dapat meningkatkan daya saing OPPA BOX di pasar lokal dan regional.

Dalam kaitannya dengan praktik empiris, beberapa studi terbaru mendukung pentingnya integrasi strategi pemasaran digital dan kualitas produk. (Teviana et al., 2025) menegaskan bahwa kombinasi keduanya secara signifikan berdampak terhadap kepuasan pelanggan UMKM berbasis makanan. (Hapsari, 2025) menemukan bahwa pelatihan digital marketing tidak hanya meningkatkan keterampilan teknis, tetapi juga rasa percaya diri pelaku usaha. Sudiartana dan (Sudiartana, I. M., & Adi, 2025) menambahkan bahwa inovasi pengemasan dan keterlibatan komunitas memperkuat posisi merek lokal. Strategi berbasis analisis SWOT yang diterapkan oleh (Rafiky et al., 2025) terbukti membantu UMKM dalam mengenali peluang promosi. Selain itu, (Hamandia et al., 2025) menunjukkan bahwa keberhasilan penjualan roti bakar ditentukan oleh kualitas produk dan strategi komunikasi yang konsisten. (Enceng, E., Makin, R. I., & Alrahman, 2025) juga menyoroti keberhasilan branding lokal yang mampu mendorong penjualan dan memperkuat identitas produk khas daerah.

Dengan demikian, strategi penguatan kualitas produk serta inovasi nama menu yang menarik dapat meningkatkan daya saing OPPA BOX di pasar lokal dan regional. Melalui kegiatan Praktik Kerja Lapangan (PKL), mahasiswa diharapkan dapat berkontribusi langsung dalam membantu UMKM OPPA BOX untuk mengidentifikasi permasalahan kualitas produk, memberikan solusi yang aplikatif, serta menerapkan pengetahuan dan keterampilan yang dimiliki dalam mendukung peningkatan penjualan dan pengembangan usaha secara nyata.

## **METODE**

UMKM OPPA BOX merupakan usaha kuliner lokal yang menawarkan berbagai makanan dan minuman dengan konsep Korea di Lubuk Begalung, Kota Padang. Kegiatan Praktik Kerja Lapangan (PKL) dilakukan sebagai bentuk kontribusi mahasiswa untuk membantu pemilik usaha dalam merumuskan strategi pemasaran yang tepat serta meningkatkan kualitas produk demi mendongkrak penjualan. PKL ini tidak hanya berfokus pada satu aspek saja, melainkan menyasar dua hal strategis, yaitu peningkatan kualitas dan penetapan strategi pemasaran secara simultan. UMKM OPPA BOX diberikan pendampingan langsung oleh mahasiswa PKL dalam bentuk observasi, diskusi, pelatihan, serta praktik lapangan yang dirancang untuk mendukung operasional usaha secara nyata. Kegiatan dilakukan selama beberapa hari kerja aktif, dan setiap tahapan disesuaikan dengan kebutuhan dan kapasitas pelaku UMKM. Fokus utama kegiatan ini yaitu pada perbaikan tampilan dan rasa produk, konsistensi penyajian, serta penguatan promosi digital dan identitas merek melalui media sosial. Strategi ini penting mengingat saat ini promosi digital dan kualitas visual sangat memengaruhi keputusan konsumen, khususnya di kalangan remaja dan dewasa muda. Adapun kegiatan dalam PKL ini terdiri dari empat tahapan utama, yaitu:

a. Persiapan/Planning

Planning dilakukan melalui sejumlah langkah sistematis, antara lain:

- Menyiapkan materi
- Survey ketempat lokasi
- Penyusunan proposal dan proses persetujuan lokasi

b. Screening/Pemilihan

Setelah tahap persiapan selesai dilaksanakan, kegiatan dilanjutkan dengan proses screening atau pemilihan. Adapun langkah-langkah yang dilakukan pada tahap ini meliputi:

- Mempersiapkan pembicaraan sebelum acara.
- Memastikan semua alat yg akan dibawa.
- Memastikan semua kebutuhan acara seperti alat transportasi dan spanduk.

c. Implementasi Pelaksanaan

Kegiatan PKM ini dilaksanakan sesuai dengan jadwal yang telah direncanakan. Adapun rincian pelaksanaannya adalah sebagai berikut:

- Pembukaan PKL oleh anggota kelompok.
- Sosialisai materi PKL strategi pengembangan kemampuan tenaga kerja dalam meningkatkan hasil produksi pada usaha Oppa Box.
- Penutup (dokumentasi).

Pengabdian oleh mahasiswa yang melaksanakan kegiatan PKL ini berlangsung 2 jam. Pelaksanaan PKL dilakukan dengan menyampaikan materi, memberikan saran, serta mengajukan pertanyaan kepada pelaku UMKM.

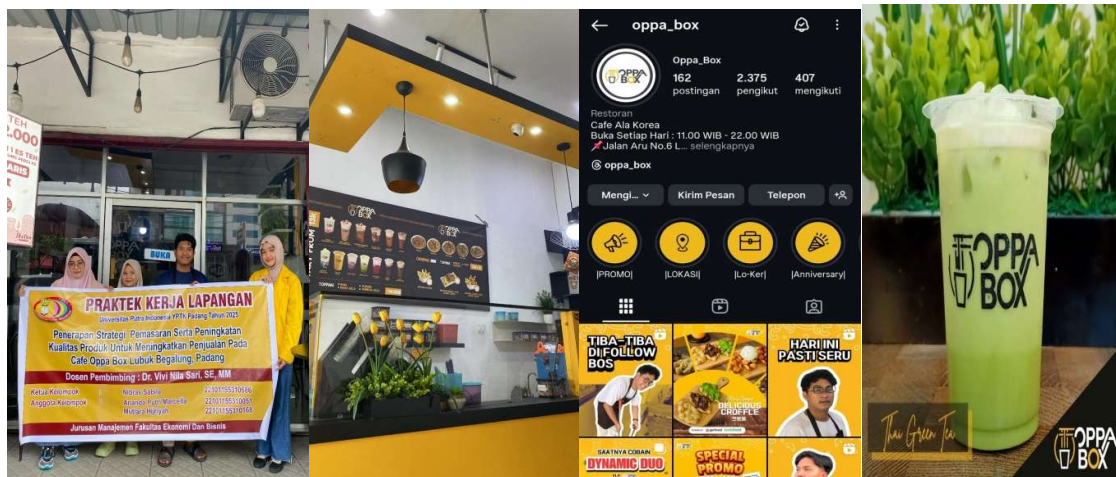
d. Evaluasi/Penilaian

Pelaksanaan kegiatan PKL terkait penetapan strategi pemasaran serta peningkatan kualitas produk pada UMKM OPPA BOX merupakan bagian penting dalam melakukan evaluasi dan perbaikan yang berkelanjutan. Evaluasi ini menjadi landasan penilaian untuk kegiatan serupa di masa yang akan datang, terutama dalam mengidentifikasi kendala yang dihadapi saat kegiatan berlangsung di lapangan. Hasil dari pelaksanaan kegiatan ini didokumentasikan dalam bentuk laporan kegiatan dan artikel ilmiah yang disusun oleh tim pelaksana serta hasil diskusi bersama pemilik dan karyawan. Selanjutnya diserahkan kepada dosen pengampu.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa penerapan strategi pemasaran dan peningkatan kualitas produk memberikan dampak positif terhadap peningkatan daya saing UMKM OPPA BOX di tengah

persaingan industri kuliner yang ketat. Strategi pemasaran digital melalui platform media sosial seperti Instagram dan WhatsApp Business mulai dioptimalkan, disertai dengan pembuatan konten visual berupa katalog digital dan foto produk yang menarik untuk menarik perhatian pasar remaja dan anak muda. Di sisi lain, upaya peningkatan kualitas produk dilakukan melalui pemilihan bahan baku yang lebih berkualitas, pengemasan dengan desain box khusus yang mencerminkan identitas merek, serta penyajian menu dengan tampilan yang lebih higienis dan kekinian. Kegiatan ini juga mendorong pemilik UMKM untuk memahami pentingnya branding dan konsistensi dalam kualitas layanan sebagai kunci keberlanjutan bisnis. Selain itu, pelatihan soft skills kepada karyawan turut berkontribusi dalam meningkatkan pelayanan pelanggan secara langsung. Secara keseluruhan, pelaksanaan kegiatan ini memberikan kontribusi nyata dalam mendorong peningkatan penjualan dan memperkuat posisi UMKM OPPA BOX di pasar lokal.



**Gambar 1.**

Pelaksanaan Kegiatan PKL

## KESIMPULAN

UMKM seperti OPPA BOX memiliki potensi besar untuk berkembang di tengah persaingan industri kuliner yang semakin ketat, khususnya dengan pendekatan branding unik dan nuansa budaya Korea yang diminati oleh pasar muda. Keberhasilan dalam meningkatkan penjualan sangat bergantung pada upaya berkelanjutan dalam menjaga dan meningkatkan kualitas produk, baik dari segi rasa, kemasan, maupun inovasi menu. Dalam menghadapi tantangan umum UMKM seperti keterbatasan modal dan manajemen, dibutuhkan strategi yang tepat melalui peningkatan mutu, pelatihan SDM, serta penguatan aspek pemasaran. Kegiatan Praktik Kerja Lapangan (PKL) menjadi sarana penting bagi mahasiswa untuk berperan aktif dalam mendampingi dan memberikan solusi konkret kepada UMKM, guna meningkatkan daya saing dan kontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi lokal.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan artikel ini yang berjudul "Penetapan Strategi Pemasaran Serta Peningkatan Kualitas Produk untuk Meningkatkan Penjualan pada UMKM OPPA BOX Lubuk Begalung Kota Padang". Artikel ini tidak akan terselesaikan tanpa adanya dukungan, kerja sama, dan kontribusi dari berbagai pihak yang terlibat. Ucapan terima kasih yang tulus penulis sampaikan kepada Ibu Vivi Nila Sari, SE, MM selaku dosen pengampu yang telah dengan sabar

membimbing, mengarahkan, dan memberikan masukan yang sangat berharga selama proses pelaksanaan kegiatan dan penulisan artikel ini. Penulis juga menyampaikan apresiasi sebesar-besarnya kepada pemilik dan tim UMKM OPPA BOX yang telah bersedia menjadi mitra kegiatan, serta memberikan waktu, ruang, dan informasi yang dibutuhkan sehingga kegiatan pengabdian dapat berjalan lancar dan memberikan manfaat langsung bagi pengembangan usaha mereka. Tak lupa, penulis juga mengucapkan terima kasih kepada rekan-rekan tim pelaksana atas kolaborasi dan kerja sama yang solid selama proses perencanaan hingga pelaporan kegiatan. Semoga artikel ini dapat memberikan kontribusi positif bagi pengembangan UMKM, khususnya dalam strategi pemasaran dan peningkatan kualitas produk. Penulis juga sangat terbuka terhadap saran dan kritik yang membangun untuk penyempurnaan karya ini ke depannya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adawiyah WR. (2013). Faktor Penghambat Pertumbuhan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM): Studi di Kabupaten Banyumas. *Sustainable Competitive Advantage (SCA)*. *Jp FEB Unsoed*, 2013, 1–18.
- Enceng, E., Makin, R. I., & Alrahman, R. (2025). *Pengembangan Produk Lokal Opak Buahdua : Inovasi Dan Pemberdayaan Ekonomi melalui Program KKN MBKM*. 527–534.
- Gersom Hendarsono. (2013). “Analisa Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Cafe Buntos 99 Sidoarjo.” *Jurnal Strategi Pemasaran*, 01(02), 1–8.
- Hamandia, M. R., Hertimi, S., & Jannah, M. (2025). *Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Meningkatkan Penjualan Roti Bakar Mentari di Mayor Ruslan Palembang*. 4, 1–9.
- Hapsari, A. M. D. (2025). *Pengembangan Strategi Digital Marketing untuk Mendorong Pertumbuhan UMKM Kemplang Ikan Sepat di Desa Sungai Lebung*. *Martabe*. 2–4.
- Juita, V. (2016). Pemanfaatan Sistem Informasi Akuntansi Pada Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (Ukm) Sektor Jasa Perdagangan Di Padang, Sumatera Barat. *Jurnal Riset Akuntansi Terpadu*, 9(1), 120–139. <https://doi.org/10.35448/jrat.v9i1.4291>
- Radiansyah, A., et al. (2023). *Manajemen Risiko Perusahaan: Teori & Studi Kasus*. *PT Sonpedia Publishing indonesia*.  
[https://doi.org/https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=39rBEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA93&dq=Radiansyah,+A.,+et+al.+\(2023\).+Manajemen+Risiko+Perusahaan:+Teori+%26+Studi+Kasus.+PT+Sonpedia+Publishing+Indonesia.&ots=vAsWfEM-jT&sig=YYommEWerQ\\_shF4qmjS0w4IjibY&redir\\_esc=y#v=onepage&q=Radiansyah%2C%20A.%2C%20et%20al.%20\(2023\).%20Manajemen%20Risiko%20Perusahaan%3A%20Teori%20%26%20Studi%20Kasus.%20PT%20Sonpedia%20Publishing%20Indonesia.&f=false](https://doi.org/https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=39rBEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA93&dq=Radiansyah,+A.,+et+al.+(2023).+Manajemen+Risiko+Perusahaan:+Teori+%26+Studi+Kasus.+PT+Sonpedia+Publishing+Indonesia.&ots=vAsWfEM-jT&sig=YYommEWerQ_shF4qmjS0w4IjibY&redir_esc=y#v=onepage&q=Radiansyah%2C%20A.%2C%20et%20al.%20(2023).%20Manajemen%20Risiko%20Perusahaan%3A%20Teori%20%26%20Studi%20Kasus.%20PT%20Sonpedia%20Publishing%20Indonesia.&f=false)
- Rafiky, I., Novarika, W., & Sibuea, S. R. (2025). *Strategi Pemasaran dengan Menggunakan Metode SWOT ( Strengths Weaknesses Opportunity Threats ) untuk Meningkatkan Volume Penjualan pada UMKM Tahu Desa Tanah Rendah Kecamatan Air Putih Kabupaten Batu Bara*.
- Sudiartana, I. M., & Adi, I. G. M. N. K. (2025). *Pengembangan Umkm Melalui Peningkatan Kualitas Produk Dan Penjualan Di Toko Mlg Latu, Desa Abiansemal*. 4(2022), 363–368.
- Teviana, T., Lubis, A., Pandiangan, R. S., Samuel, N., Siagian, P., Aldi, I., & Marpaung, J. (2025). *Studi Pengaruh Pemasaran Digital Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Usaha Es Kepal Mmtc Milo*. 2, 4653–4666.