



Strategi Pemasaran Digital dan Pengembangan Produk Hand Sanitizer Berbahan Dasar Alami

Valentina Monoarfa¹, Aulia Mbuinga², Magfirah F. Mantali³

^{1,2,3} Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Gorontalo, Jl. Jend. Sudirman No. 6 Kota Gorontalo, Gorontalo 96128, Indonesia

E-mail: valentina@ung.ac.id¹, auliambuingaa@gmail.com², frandi.mantali@gmail.com³

Article History:

Received: 03-11-2024

Revised: 30-11-2024

Accepted: 30-11-2024

Keywords: *BioMan Sanitizer, Strategi Pemasaran Digital, Quality Function Deployment*

Abstract: *BioMan Sanitizer merupakan produk inovatif berbahan dasar alami yang diformulasikan dari ekstrak daun sirih (Piper betle) dan jeruk nipis (Citrus aurantiifolia). Produk ini dikembangkan untuk memenuhi kebutuhan pasar akan hand sanitizer yang aman dan efektif. Dalam proses pembuatan produk, kegiatan dilakukan secara langsung di hadapan masyarakat sebagai bagian dari pengabdian masyarakat. Pengabdian ini bertujuan untuk merumuskan strategi pemasaran digital yang efektif dengan menggunakan pendekatan Quality Function Deployment (QFD) dan analisis lingkungan internal-eksternal. QFD digunakan untuk mengidentifikasi kebutuhan dan preferensi konsumen serta menerjemahkannya ke dalam strategi pemasaran digital yang sesuai. Data yang digunakan terdiri dari data primer dan sekunder dengan metode komparatif, yaitu menilai faktor internal dan eksternal tanpa melakukan eksperimen langsung. Hasil pengabdian menunjukkan bahwa kekuatan dan kelemahan merupakan faktor internal yang memengaruhi potensi penjualan produk, sementara peluang dan ancaman berasal dari lingkungan eksternal. Beberapa alternatif strategi pemasaran digital yang diusulkan meliputi optimalisasi promosi melalui media sosial, peningkatan diferensiasi produk, serta penjualan di berbagai platform e-commerce. Strategi-strategi tersebut diharapkan dapat memperluas jangkauan pasar, meningkatkan penjualan, dan membantu masyarakat menghadapi perubahan pasar dengan lebih adaptif.*

Pendahuluan

Awal tahun 2020, fenomena pandemi Covid-19 yang merebak secara masif menyebabkan meningkatnya rasa cemas akan kesehatan di kalangan masyarakat (Wardana dan Darma, 2020; Shavitri dan Darma, 2020; Kusuma dan Darma, 2020; Wulandari dan Darma, 2020; Darma dan Noviana, 2020; Murti dan Darma, 2021; Darma et al., 2019; Handayani dan Darma, 2021; Yong dan Darma, 2020; Rivaldo et al., 2021). Kecemasan bukan hanya disebabkan oleh penularan virus, melainkan akan pemenuhan beberapa keperluan sehari-hari di kalangan masyarakat. Pasca pengumuman oleh presiden yang menyatakan bahwa dua warga negara Indonesia sudah terbukti positif terpapar Covid-19 bulan Maret 2020, pembelian dalam jumlah besar dilakukan oleh masyarakat seperti keperluan sehari-hari, kebutuhan kesehatan termasuk hand sanitizer dan alat pelindung diri lainnya (Sudiwedani dan Darma, 2020; Idayanti et al., 2020; Karniawati dan Darma, 2021). Perubahan yang sangat besar terjadi pada kehidupan

masyarakat disebabkan oleh kepanikan ini, salah satu contohnya adalah tingginya minat dan kebutuhan masyarakat terhadap produk hand sanitizer.

Pengabdian ini bertujuan untuk menganalisis strategis pemasaran digital dan pengembangan produk Hand Sanitizer berbahan dasar alami di Desa Dutohe Barat, Kabupaten Bone Bolango, Provinsi Gorontalo. Hand Sanitizer sendiri merupakan suatu produk yang biasa digunakan untuk membersihkan Permukaan tangan maupun kulit dari mikro organisme seperti bakteri kuman yang dapat menyebabkan penyakit. Hand Sanitizer ini bisa menjadi bahan pembersih alternatif pengganti sabun dan air apabila tidak tersedia ketika sedang melakukan perjalanan. Hand Sanitizer ini menjadi pembersih alternative yang paling mudah digunakan dan di dapatkan. Cara pembuatan Hand Sanitizer juga tergolong mudah, murah dan dapat memanfaatkan bahan-bahan alami yang ada di sekitar kita (Meri, 2020). Kurangnya Informasi akan pembuatan Hand Sanitizer dengan bahan murah dan dapat di buat sendiri menjadi salah satu latar belakang pengabdian kepada masyarakat ini. Pembuatan Hand Sanitizer dengan bahan alami dinilai lebih murah dan memakan biaya produksi yang rendah serta dapat mengasah keterampilan masyarakat sekitar untuk mengembangkan produk Hand Sanitizer ini dengan lebih banyak variasi lagi. Dengan menggunakan Quality Function Deployment (QFD) diharapkan dapat mengetahui banyaknya kebutuhan Hand Sanitizer yang di butuhkan oleh pelanggan serta harapan pelanggan akan kualitas produk Hand Sanitizer ini. Dengan pendekatan QFD ini sendiri bertujuan untuk dapat merumuskan strategi pemasaran digital yang efektif dan analisis lingkungan internal-eksternal dengan lebih baik.

Quality Function Deployment (QFD) merupakan suatu metode manajemen yang biasanya digunakan untuk menerjemahkan suatu kebutuhan maupun harapan pelanggan menjadi suatu spesifikasi produk maupun layanan yang terukur dengan jelas. QFD dapat membantu suatu Tim dalam memahami serta memprioritaskan suatu fitur maupun atribut yang sangat penting bagi konsumen. Proses Quality Function Deployment (QFD) sendiri biasanya melibatkan pembuatan “House Of Quality” yaitu suatu matriks yang menghubungkan antara customer voice dan karakteristik teknis produk (Nina et al., 2021).

Di era yang serba canggih ini, sangat di perlukan strategi pemasaran digital yang efektif. Karena strategi ini lah yang akan menjadi kunci dari keberhasilan suatu produk, terutama dalam dunia kesehatan amaupun kebersihan. Pemilihan produk Hand Sanitizer bebrbahan dasar alami ini di latar belakang oleh pandemic covid-19 yang melanda seluruh dunia pada tahun 2020 yang mengakibatkan lonjakan kebutuhan akan produk-produk kesehatan maupun produk pembersih meningkat. Walaupun, di saat ini virus covid-19 tidak lagi menjadi suatu pandemi ataupun ancaman, namun kebiasaan cuci tangan ataupun kegiatan menjaga kebersihan tetap terus ada. Bahkan kebutuhan produk-produk pembersih seperti Hand Sanitizer masih terus eksis hingga saat ini. Maka dari itu pembuatan produk Hand Sanitizer berbahan dasar alami ini sangat efektif untuk memenuhi kebutuhan pasar dan pelanggan. Terlebih lagi dengan produk Hand Sanitizer yang berbahan dasar alami, yang menawarkan alternatif lebih sehat serta ramah terhadap lingkungan di banding produk Hand Sanitizer yang berbasis bahan kimiawi. Maka dari itu, Quality Function Deployment (QFD) dapat menjadi suatu panduan strategi yang efektif untuk memasarkan produk tersebut dengan memanfaatkan media online sebagai suatu wadah pemasaran yang jangkauannya luas. Dengan memperhatikan Quality yaitu kualitas bahan alami yang digunakan, Delivery yaitu bagaimana cara produk Hand Sanitizer ini di pasarkan seta di distribusikan pada platform digital, serta Flexibility yang berfokus pada kemampuan untuk membaca serta beradaptasi terhadap kebutuhan dan tren konsumen yang berubah-ubah maka strategi dari pemasaran digital untuk produk Hand Sanitizer berbahan dasar alami ini dapat

memberikan keunggulan kompetitif, meningkatkan Brand Awareness yang nantinya akan mendorong penjualan produk menjadi lebih tinggi.

Sasaran Pengabdian Masyarakat ini sendiri adalah masyarakat yang ada di Desa Dutohe Barat, Kabupaten Bone Bolango, Provinsi Gorontalo. Pengabdian ini di harapkan dapat memberikan banyak pemahaman serta kemampuan masyarakat desa dalam mengolah bahan-bahan alami yang mudah di dapatkan di desa tersebut menjadi produk Hand Sanitizer dengan kualitas bagus, dengan harapan dapat meningkatkan pemberdayaan masyarakat dan menambah penghasilan maupun ekonomi masyarakat yang ada di desa tersebut. Untuk Artikel ini sendiri bertujuan untuk mempublikasikan pemahaman dari kegiatan strategi pemasaran digital produk Hand Sanitizer berbahan dasar alami.

Metode

Pengabdian ini dilakukan untuk mengidentifikasi kebutuhan masyarakat di Desa Dutohe Barat, Kabupaten Bone Bolango, Provinsi Gorontalo. Khususnya terkait pemahaman dan penggunaan produk berbahan alami seperti hand sanitizer. Tim pengabdian melakukan analisis awal melalui wawancara informal dengan beberapa perwakilan masyarakat dan aparat desa untuk mengetahui tingkat pengetahuan serta potensi penerapan strategi pemasaran berbasis digital di wilayah tersebut. Berdasarkan informasi yang diperoleh, materi pengabdian dirancang dengan fokus pada pengenalan produk inovatif berbahan alami, implementasi *Quality Function Deployment* (QFD), dan penerapan strategi pemasaran digital. Dimulai dengan pemaparan materi kepada masyarakat yang meliputi informasi tentang produk BioMan Sanitizer, pentingnya bahan alami seperti daun sirih dan jeruk nipis, serta penerapan QFD dalam strategi pemasaran digital. Setelah itu, masyarakat diajak untuk mempraktikkan secara langsung cara pembuatan hand sanitizer berbahan dasar alami menggunakan metode sederhana. Kegiatan ini diikuti dengan forum diskusi, di mana masyarakat dapat mengajukan pertanyaan terkait produk, strategi pemasaran digital, dan penerapan QFD. Kegiatan ini menggunakan pendekatan komparatif, yaitu menilai faktor internal dan eksternal tanpa melakukan eksperimen langsung. mencakup wawancara dengan masyarakat untuk menggali pemahaman mereka terkait materi yang telah disampaikan, khususnya tentang produk hand sanitizer dan penerapan QFD dalam strategi pemasaran digital. Selain itu, dilakukan observasi untuk mengamati keterlibatan masyarakat selama kegiatan, termasuk respon mereka terhadap materi dan praktik. Data evaluasi juga didukung oleh dokumentasi berupa foto, video, dan catatan lapangan sebagai bukti dan bahan analisis lebih lanjut. Hasil dari evaluasi ini menunjukkan bahwa pengabdian berhasil meningkatkan pemahaman masyarakat terhadap pentingnya penggunaan produk alami serta penerapan strategi pemasaran berbasis digital.

Hasil

Pelaksanaan pengabdian ini diawali dengan perencanaan kegiatan yang mencakup pemilihan topik, yaitu pembuatan hand sanitizer berbahan dasar alami serta pengenalan tentang strategi pemasaran digital. Tujuan utama pengabdian ini adalah memberikan keterampilan praktis kepada masyarakat Desa Dutohe Barat dalam bidang kesehatan dan kebersihan, sekaligus memperkenalkan pentingnya pemasaran digital untuk pengembangan usaha mereka.

Kegiatan dimulai dengan pemaparan materi oleh mahasiswa Manajemen mengenai pentingnya kualitas produk dan bagaimana memenuhi kebutuhan konsumen. Selanjutnya, mahasiswa Biologi mempraktekkan cara pembuatan hand sanitizer secara sederhana

menggunakan bahan alami seperti daun sirih dan jeruk nipis di hadapan audiens. Masyarakat yang hadir diberikan kesempatan untuk mengikuti langkah-langkah pembuatan produk, dengan harapan mereka dapat menguasai keterampilan ini dan menggunakannya untuk meningkatkan kebersihan diri serta membuka peluang usaha.

Setelah pembuatan produk selesai, kegiatan dilanjutkan dengan pemahaman tentang Quality Function Deployment (QFD). Mahasiswa Manajemen menjelaskan bagaimana QFD mengacu pada penentuan apa yang akan memuaskan pelanggan dan menerjemahkan keinginan pelanggan menjadi target desain. Idennya adalah menangkap pemahaman yang baik atas keinginan pelanggan dan mengidentifikasi solusi proses alternatif. Informasi ini kemudian digabungkan menjadi desain produk yang berkembang. QFD digunakan pada awal proses desain untuk membantu untuk menentukan apa yang akan memuaskan pelanggan dan dimana upaya penyebaran kualitas dibutuhkan. Pakar kepuasan pelanggan Richard L. Oliver (1997) dalam Tjiptono (2012), menegaskan bahwa semua orang paham apa itu kepuasan, tetapi begitu diminta mendefinisikannya, tampaknya tak seorangpun tahu. Seperti halnya konsep-konsep manajemen lainnya, ada begitu banyak definisi yang berkembang untuk kepuasan pelanggan.

Setelah memahami QFD, fokus beralih ke strategi pemasaran digital. Pengabdian ini juga bertujuan agar masyarakat mengetahui Pentingnya internet di era pemasaran digital dimana saat ini pelaku UMKM harus paham bagaimana pentingnya penggunaan internet untuk dapat melihat dari segala sudut perspektif bisnis yang sedang berkembang hal ini menjadi suatu hal mutlak agar bisa bersaing di era digital saat ini. Pentingnya pemahaman menggunakan social media dan marketplace di era sekarang yang dimana para masyarakat harus paham akan media penjualan mereka yang berbasis digital, harus mengetahui detail detail bagaimana penggunaan media social dan market place yang mereka gunakan yang pada akhirnya menuju profit maksimal. Hal hal konsistensi juga di tekankan dalam hal ini agar menjadi suatu kebiasaan dalam serius melakukan pemasaran baik secara digital dan traditional.

Pengabdian diakhiri dengan sesi diskusi yang memungkinkan masyarakat untuk bertanya dan memberikan feedback terkait pelaksanaan kegiatan. Harapannya, dengan adanya evaluasi ini, masyarakat dapat lebih memahami pentingnya kualitas produk dan strategi pemasaran dalam mengembangkan usaha mereka. Keberlanjutan program pengabdian ini diharapkan dapat terus memberi manfaat bagi masyarakat Desa Dutohe Barat, dengan mereka mampu menerapkan keterampilan pembuatan hand sanitizer dan memanfaatkan pemasaran digital untuk meningkatkan perekonomian desa.



Dokumentasi kegiatan : penyampaian materi, tanya jawab, dan membuat QFD

Diskusi

Dalam konteks usaha kecil dan menengah (UKM), pemasaran digital telah diidentifikasi sebagai alat penting untuk bertahan hidup dan berdaya saing, terutama dalam menghadapi tantangan seperti pandemi Covid-19 (Othman et al., 2022). Namun, telah diamati bahwa UKM sering kali tidak sepenuhnya memanfaatkan potensi alat digital, terutama karena kurangnya pengetahuan tentang pemasaran digital (Taiminen & Karjaluo, 2015). Masadepan pemasaran digital diperkirakan akan dibentuk oleh kecerdasan buatan (AI), yang semakin banyak digunakan dalam teknologi pemasaran digital (Trung & Thanh, 2022). AI dapat meningkatkan efisiensi pemasaran digital dengan memungkinkan otomatisasi dan meningkatkan penargetan, sehingga berkontribusi pada pengembangan perdagangan digital dan layanan pelanggan di dunia maya (Trung & Thanh, 2022).

Menurut Sanjaya dan Tarigan (2009) mendefinisikan pemasaran digital sebagai kegiatan pemasaran termasuk branding yang menggunakan berbagai media. Sebagai contoh yaitu blog, website, e-mail, adwords, dan berbagai macam jaringan media sosial. Manfaat dari pemasaran digital dalam dunia usaha antara lain mampu meningkatkan penjualan, menjangkau pasar yang lebih luas, menghemat biaya promosi, sarana penghubung yang baik bagi konsumen, serta mampu memberi kemudahan dalam melihat perubahan bisnis. Mengingat pentingnya pengetahuan tentang pemasaran digital dalam berwirausaha, guna menunjang keberlangsungan usaha, meningkatkan perekonomian maka dilakukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan di desa Dutohe barat.

Terutama menggunakan media sosial berupa instagram haruslah memiliki kriteria tertentu dalam membuat suatu konten agar calon konsumen dapat tertarik pada produk yang ditawarkan karena menurut (Muzdalifah & Ilmiah, 2020) instagram merupakan salah satu mediasosial yang cukup menarik calon pelanggan karena adanya tren yang menjadikan hidup hampir disemua kalangan saat ini. Instagram terbagi menjadi instagram pribadi dan juga instagram bisnis, yang dimana dalam sebuah instagram bisnis seorang pengusaha bisa mempromosikan akunnya dengan harga promosi yang ditawarkan oleh instagram yang dikenal dengan nama Instagram Ads sehingga mampu mendapatkan followers dengan cepat. Kualitas adalah fitur-fitur produk yang memenuhi kebutuhan konsumen dan memberikan kepuasan. Tujuan dari kualitas adalah untuk memberikan kepuasan pelanggan yang lebih besar dan untuk meningkatkan pendapatan. Kepuasan pelanggan menyebabkan pelanggan berperilaku positif. Kepuasan pelanggan menimbulkan kelekatan emosional terhadap merek. Pelanggan yang tidak puas akan merubah keputusan belinya dengan mencari produk lain. Tingkat penjualan disebabkan oleh tingkat kepuasan pelanggan, baik pengalaman sebelum membeli sebuah produk ataupun setelah membeli sebuah produk. Jadi semakin baik suatu produk dapat memenuhi kebutuhan konsumen maka dapat meningkatkan kepuasan konsumen yang dapat berpengaruh terhadap tingkat penjualan produk tersebut. QFD menerjemahkan kebutuhan pelanggan untuk merencanakan dan mengelola pengembangan produk baru, dan diterapkan dalam banyak penelitian untuk meningkatkan desain produk untuk memuaskan kebutuhan pelanggan. Peningkatan kualitas dapat dilakukan melalui beberapa hal seperti desain produk, pengembangan produk, peningkatan kualitas bahan baku atau proses produksinya. Salah satu tools yang dapat digunakan adalah Quality Function Deployment. QFD merupakan tools dalam pengembangan produk yang dapat digunakan untuk meningkatkan kualitas produk. QFD bertujuan untuk memenuhi keinginan konsumen dengan membuat dan menerapkan desain yang berorientasi kepada keinginan konsumen.

Kesimpulan

Pengabdian masyarakat di Desa Dutohe Barat ini berhasil memberikan keterampilan dan wawasan baru kepada masyarakat dalam dua aspek utama: pembuatan hand sanitizer berbahan alami dan pemasaran digital. Melalui kolaborasi mahasiswa manajemen dan biologi, peserta tidak hanya memahami proses produksi hand sanitizer, tetapi juga diperkenalkan dengan strategi pemasaran berbasis digital. Masyarakat didorong untuk memanfaatkan internet, media sosial, dan marketplace agar dapat bersaing di era digital. Selain itu, penekanan pada konsistensi dalam pemasaran digital dan tradisional diharapkan menjadi kebiasaan yang berkelanjutan dalam mengembangkan usaha.

Implementasi Quality Function Deployment (QFD) membantu peserta dalam memahami kebutuhan pelanggan dan menerjemahkannya ke dalam desain produk. Dengan pemahaman ini, diharapkan masyarakat mampu menghasilkan produk berkualitas yang sesuai dengan permintaan pasar dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Secara keseluruhan, kegiatan ini tidak hanya meningkatkan keterampilan teknis masyarakat tetapi juga memperkuat wawasan bisnis untuk mendukung peningkatan perekonomian lokal.

Pengakuan

Terima kasih kepada seluruh pihak yang telah memberikan kontribusi baik secara langsung maupun tidak langsung sehingga kegiatan pengabdian ini dapat terlaksana dengan baik. terimakasih kepada Kepala Desa Dutohe Barat beserta Masyarakat Desa Dutohe Barat yang memberikan kesempatan bagi kami untuk melaksanakan kegiatan Pengabdian Ini, dalam sosialisasi tentang Pemasaran Digital dan Pengembangan Produk Hand Sanitizer Berbahan Dasar Alami.

Daftar Referensi

- Arjuna, S., Zarkasih, A., Nasution, S. L., Siregar, M. R., & Munthe, R. S. (2022). Strategi pemasaran produk di era digital pada UMKM. 3(2), 159-164.
- Hairiyah, N., Kiptiah, M., & Fituwana, B. K. (2021). Penerapan Quality Function Deployment (QFD) untuk peningkatan kinerja industri amplang berdasarkan kepuasan pelanggan. *Agrointek*, 15(4), 1099-1113.
- Irawan, D., Triana, N., Suwarni, L., & Selviana. (2020). Edukasi protokol kesehatan dan strategi pemasaran online melalui program kemitraan masyarakat di era pandemi Covid-19. *Jurnal Masyarakat Mandiri*, 4(4), 655-662. <http://journal.ummat.ac.id/index.php/jmm>
- Sarsanto, B. W. (2021). Panic buying, bauran pemasaran, citra merek, dan keputusan pembelian produk. *Jurnal Magister Manajemen*, 18(2), 182-195. <http://journal.undiknas.ac.id/index.php/magister-manajemen/>
- Jannatin, R. N., Wardhana, M. W., Haryanto, R., & Pebriyanto, A. (2020). Penerapan digital marketing sebagai strategi pemasaran UMKM. *Implementation and Action*, 2(2).

- Satrio, D., & Ermawati, N. (2020). Formulasi strategi pemasaran produk Maria (Curcuma zedoria) hand sanitizer di tengah pandemi COVID-19. *Jurnal Riset Bisnis*, 4(1), 49-57.
- Sono, M. G., Erwin, E., & Muhtadi, M. A. (2023). Strategi pemasaran digital dalam mendorong keberhasilan wirausaha di era digital. *Journal of Economics Knowledge and Wisdom*, 1(4), 312-324. <https://wnj.westscience-press.com/index.php/jekws/article/view/712/643>
- Sundari, S., & Lestari, H. D. (2022). Pemasaran digital dalam kewirausahaan. *Jurnal Wikuacitya: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 94-106. <https://wikuacitya.unwiku.ac.id/>
- Khairani, A., Andini, Y. B., Fedia, V., Putri, N. O., Norfaizah, & Putra, R. B. (2022). Penerapan digital marketing dan influencer endorsement saat pandemi Covid-19 pada agen frozen food (Studi kasus UMKM Wins Food Kebab Padang). *Research & Learning in Primary Education*, 2(1). <https://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/view/192/191>
- Lukman, M., & Wulandari, W. (2018). Peningkatan kualitas produk cokelat dengan integrasi metode Kano dan QFD. *Jurnal Teknik Industri*, 19(2), 190-204. <https://doi.org/10.22219/JTIUMM.Vol19.No2.190-204>