

PEMANFAATAN DIGITAL MARKETING DAN E-COMMERCE UNTUK MENINGKATKAN PEMASARAN PRODUK UMKM WAK JAMIL

Wulan Purnamasari¹, Kirey Dian Puspitarani², Rukhul Abadi³, Rahma Ulfa Magfiroh⁴, Farisul Haq⁵, Rizky Bachtiar⁶, Mukti Ali⁷, Chanin Ashari Putra⁸, Renaldy Mahendra⁹, Ernesta Nona¹⁰, Much Duchan Hidayat¹¹, Tri Faza¹², Siti Nur Afifah¹³, Febri Lilis Setyowati¹⁴, Oldesia Jadu¹⁵, Rizky Yoga Putra Utama¹⁶

¹ Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Maarif Hasyim Latif
email: wulan_purnamasari@dosen.umaha.ac.id

² Fakultas Hukum, Universitas Maarif Hasyim Latif
email: kireydian.sembilann@gmail.com

Abstrak

Tujuan dari program pengabdian dan masyarakat ini ialah untuk membantu mitra UMKM dalam mengatasi permasalahan mitra untuk meningkatkan penjualan dengan menggunakan strategi pemasaran. Keterbatasan mitra dalam menggunakan social media dalam memasarkan produk, menjadi salah satu penghambat dan menurunnya penjualan produk jamur crispy Wak Jamil. Dengan adanya solusi yang ditawarkan oleh tim pengabdian masyarakat, harpaannya nanti dapat meningkatkan penjualan dan memperluas pangsa pasar Wak Jamil. Mitra Digital marketing adalah jenis pemasaran yang dicari oleh para pelaku usaha saat ini. Pemasaran digital memungkinkan pelaku usaha untuk menjual produknya ke luar kota, negara bagian, bahkan negara. UKM Sidoarjo memproduksi makanan ringan dan produk makanan berbahan dasar jamur. Salah satu UMKM yang berjalan lancar dengan Sidoarjo adalah UMKM Wak Jamil. Di UMKM Wak Jamil ini, UMKM membuat jamur, jajanan berbahan dasar jamur crispy yang biasanya disukai oleh para remaja. Jamur crispy masih dijual dengan konvensional, door to door. Misalnya, simpan di Warung terdekat. Karena itulah KKN Grup 18 Universitas Maarif Hasyim Latief mendukung praktik pemasaran UKM.

Teknik pemasaran digital marketing merupakan upaya untuk meningkatkan produksi, terutama dalam hal produk berkualitas tinggi, karena masyarakat umum lebih mengetahui produk yang dijual melalui pemasaran digital. Program pengabdian masyarakat ini dilaksanakan selama 1 bulan, Adapun program yang dilaksanakan adalah pemasangan banner pada workshop Wak Jamil, pembuatan meja penggorengan, memberikan pembekalan kepada mitra terkait pembuatan pencatatan sederhana biaya produksi dan penjualan, selain itu mengoperasikan dan memanfaatkan media social dalam proses promosi produk serta pendampingan dalam pembuatan desain produk terbaru kepada mitra.

Kata Kunci: digital marketing, peningkatan, produksi, umkm, e-commerce

Abstract

The purpose of this community and service program is to assist MSME partners in overcoming partner problems to increase sales by using marketing strategies. The limitations of partners in using social media in marketing their products have become one of the obstacles and decreased sales of Wak Jamil's crispy mushroom products. With the solution offered by the community service team, it is hoped that later it can increase sales and expand Wak Jamil's market share. Digital

marketing partners are the type of marketing that business people are looking for today. Digital marketing allows businesses to sell their products outside of cities, states, and even countries. UKM Sidoarjo produces snacks and mushroom-based food products. One of the MSMEs that is running smoothly with Sidoarjo is MSME Wak Jamil. At Wak Jamil's UMKM, UMKM make mushrooms, snacks made from crispy mushrooms which are usually liked by teenagers. Crispy mushrooms are still sold conventionally, door to door. For example, save it at the nearest Warung. That's why KKN Group 18 of Maarif Hasyim Latief University supports SME marketing practices. Digital marketing marketing techniques are an effort to increase production, especially in terms of high quality products, because the general public is more aware of the products sold through digital marketing. This community service program was carried out for 1 month. The programs implemented were installing banners at Wak Jamil's workshop, making frying tables, providing briefing to partners regarding making simple records of production and sales costs, in addition to operating and utilizing social media in the product promotion process and assistance in making the latest product designs to partners.

Keywords: *digital marketing, improvement, production, umkm, e-commerce*

1. PENDAHULUAN

Kegiatan bisnis/usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) adalah bisnis ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan sang individu juga grup atau badan bisnis. UMKM kebanyakan dikelola perorangan dengan melibatkan keluarga. Selain itu, UMKM berperan pada menyediakan lapangan pekerjaan maupun usaha baru, pencipta pasar baru dan inovasi, pemain krusial pada pengembangan aktivitas ekonomi lokal dan pemberdaya masyarakat, dan kedudukannya menjadi pemain primer pada aktivitas ekonomi pada aneka macam sector (Faqih et al., 2019). Oleh lantaran itu, UMKM perlu perhatian yang spesifik dan pada dukung sang fakta yang akurat, supaya terjadi link usaha yang terarah antara pelaku bisnis mini dan menengah menggunakan elemen daya saing bisnis, yaitu jaringan pasar. Persaingan yang semakin poly menciptakan pelaku bisnis wajib mampu mengoptimalkan produktivitas berdasarkan bisnis mereka sendiri. Selain itu permasalahannya mampukah UMKM pada Indonesia berkembang pada tengah pasar bebas ASEAN (Faqih et al., 2019).

Era globalisasi saat ini juga dikenal sebagai era ekonomi baru, era ekonomi digital. Era ekonomi baru ditandai dengan pemanfaatan teknologi informasi dalam

pelaksanaan kegiatan ekonominya. Di era globalisasi, pemanfaatan teknologi informasi sangat diperlukan. Aplikasi yang membutuhkan teknologi informasi adalah model pengembangan aplikasi bisnis berbasis web untuk UMKM guna meningkatkan keunggulan kompetitifnya. Program pengabdian kepada masyarakat ini dipilih karena di Sidoarjo terdapat beberapa UKM yang berjalan saat ini, UMKM yang berjalan sampai saat ini adalah UMKM bidang makanan yaitu jamur crispy. Teknik Pemasaran UMKM tersebut masih manual, seperti penjualan produk hanya dititipkan di warung-warung atau toko-toko terdekat. Salah satu potensi yang dapat dimanfaatkan UMKM adalah potensi teknologi informasi saat ini. Salah satu teknologi informasi yang berkembang pesat yang berpotensi menggerakkan UMKM adalah media sosial.

Media sosial memiliki potensi menghubungkan banyak orang dengan gratis (Faqih et al., 2019). Upright Decision membicarakan bahwa avarage transaksi online pada Indonesia didominasi oleh sosial media Facebook (50%), Kaskus (14%), Twitter (12), Wordpress (5%), LinkedIn (2%), dan sisanya 17% memakai sosial media lainnya. Untuk media umum yang mulai banyak dipakai ketika ini merupakan instagram, hal ini dikarenakan Instagram

adalah salah satu media terbesar ketika ini yang paling banyak dipakai sang pengguna pada semua dunia (Faqih et al., 2019). Untuk itu, dibutuhkan taktik spesifik pada upaya peningkatan daya saing menggunakan pemanfaatan teknologi fakta dan komunikasi tersebut. Sangat dibutuhkan pelaku UMKM lokal buat menghadapi persaingan bisnis yang makin ketat. Dengan adanya sosialisasi dan perluasan sistem pemasaran digital, sangat penting bagi para anggota UMKM Sidoarjo untuk dapat meningkatkan pengetahuannya tentang sistem pemasaran digital atau sistem pemasaran langsung secara online, karena melalui sistem pemasaran digital atau sistem pemasaran online, produk-produk aktif UMKM memiliki potensi untuk meningkat dan juga meningkatkan output karena semakin tinggi produktivitas maka semakin banyak masyarakat yang mengetahuinya atau bertambahnya wilayah pemasaran di luar kota atau provinsi. Pengenalan dan perluasan sistem pemasaran digital atau sistem pemasaran online dianggap lebih nyaman, mudah dan cepat daripada menggunakan sistem pemasaran manual, tetapi sistem pemasaran digital Pemasaran digital atau online memiliki efek positif dan negatif.

2. METODE

Kegiatan pengabdian masyarakat dengan judul Meningkatkan Pemasaran Produk Pelaku UMKM di Sidoarjo melalui Digital Marketing dan E-Commerce pada UMKM Wak Jamil di Ds. Sambibulu Sidoarjo dalam pandemi covid – 19 dilaksanakan di tempat mitra pada bulan September 2021. Mitra yang digunakan sebagai target pengabdian ini adalah mitra usaha yang mengalami dampak terjadinya covid-19 yaitu snack jamur crispy. Metode pelaksanaan yang digunakan dalam pengabdian ini antara lain metode diskusi dan pendampingan. Sebelum kegiatan dimulai, tim kkn kelompok 18 melakukan persiapan yang meliputi pembuatan materi dan koordinasi dengan mitra. Persiapan kelengkapan untuk pemasaran yang meliputi banner, handphone dan laptop.

Tim KKN Kelompok 18 melakukan edukasi tentang permasalahan yang dialami oleh mitra. Kemudian mitra diberikan materi tentang strategi digital marketing termasuk branding dengan bantuan handphone. Setelah materi disampaikan kepada mitra, tim KKN kelompok 18 melakukan pelatihan pemasaran online melalui media sosial. Kemudian mitra diberi kesempatan untuk bertanya mengenai digital marketing sehingga terjadi diskusi antara mitra usaha dan kelompok KKN. Pendampingan dan pemantauan mitra usaha dilakukan selama empat minggu untuk mengevaluasi hasil kegiatan pengabdian masyarakat..

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan Tri Dharma yang ketiga ini dilakukan oleh tim pelaksana yaitu mahasiswa KKN yang bertempat di mitra Wak Jamil yang bertempat di Ds. Sambibulu RT.29 RW.05 Kec. Taman Kab. Sidoarjo. Kegiatan ini merupakan serangkaian kegiatan dalam KKN UMAHA Sidoarjo Tahun 2021. Adapun hasil dari kegiatan yang dilakukan.

1. Membantu pembuatan banner untuk mitra UMKM
Pembuatan banner untuk mitra UMKM dibantu oleh anggota KKNT – Kewirausahaan kelompok 18. Pembuatan banner ini merupakan salah satu media yang sangat efektif yang digunakan sebagai media penyampaian informasi menarik kepada calon konsumen/ mengenalkan semua produk yang dijual, sebagai media promo produk dan jasa, menambah nilai estetika sebuah tempat dimana mitra membuka sebuah usaha. Banner ini berukuran Panjang 1.5 meter dan lebar 3 meter. Dengan adanya banner ini dapat mempermudah customer untuk mendapatkan informasi terkait lokasi dan jenis usaha dari UMKM ini. Banner dipasang tepat pada tiang bagian atas tempat workshop.



Gambar 1. Anggota KKNT – Kewirausahaan kelompok 18 telah Memasang Banner di Kios Mitra UMKM.

2. Pembuatan meja penggorengan

Meja penggorengan ini terbuat dari bahan kayu jati belanda yang digunakan sebagai rangka meja, kayu triplek sebagai penutup sisi – sisi rangka meja, dan besi siku sebagai pelapis pinggiran meja penggorengan. Meja penggorengan dapat digunakan untuk mempermudah mitra dalam melakukan proses produksi penggorengan jamur crispy, dan meja itu dibuat agar ruangan bisa terlihat lebih rapi. Meja penggorengan ini dirancang dengan bahan khusus untuk dapat tahan panas. Meja penggorengan ini berukuran Panjang 1.5 meter, dengan lebar 2 meter dan tinggi 1.75 meter.



Gambar 2. Hasil pembuatan meja penggorengan

3. Pembekalan kepada mitra terkait pembuatan pencatatan sederhana biaya produksi dan penjualan.

Kegiatan berikutnya yaitu tim melakukan pembekalan kepada mitra terkait tata cara mencari harga pokok, harga penjualan, break event point (BEP), pembuatan pencatatan sederhana biaya produksi dan penjualan. Pembekalan diajarkan oleh tim melalui Microsoft Office Excel.



Gambar 3. Memberikan Pembekalan terkait pembuatan pencatatan biaya produksi dan penjualan.

4. Pemasaran online melalui media sosial dan promosi secara langsung.

Dalam kegiatan ini, anggota KKNT - Startup Group 18 melakukan pemasaran produk melalui media sosial seperti WhatsApp, Instagram, Shopee dan promosi langsung. Kegiatan pemasaran yang dilakukan baik melalui media sosial maupun secara langsung dilakukan untuk meningkatkan jumlah penjualan produk mitra UMKM. Pemasaran dilakukan juga melalui media sosial karena pada saat ini media sosial sudah berkembang dan banyak orang-orang di dunia yang sudah menggunakannya, sehingga semakin hari semakin banyak konsumen yang mengetahui dan tertarik dengan produk yang sudah dipasarkan.

Diadakannya kegiatan pemasaran melalui media sosial dapat membuka peluang bagi UMKM untuk mengembangkan pasarannya dalam genggaman smartphone (Pradiani, 2017).



Gambar 4. Pemasaran melalui media sosial dan secara langsung.

5. Pembuatan desain produk
Pembuatan desain dilakukan untuk membantu mitra UMKM dalam memperindah desain kemasan suatu produk yang sedang dijalankan. Desain produk adalah suatu hal pertama yang dapat dilihat oleh calon pembeli atau konsumen. Desain produk dilakukan untuk memberikan nilai lebih bagi produk, mampu meningkatkan daya saing produk, menambah pendapatan.



Gambar. 5. Desain Logo Baru Wak Jamil



Gambar 6. Produk Wak Jamil



Gambar 7. Pendampingan bersama Mitra Wak Jamil

4. KESIMPULAN

Dalam kegiatan KKNT – Kewirausahaan Universitas Maarif Hasyim Latif, program dan agenda kegiatan yang mahasiswa KKNT-Kewirausahaan yang direncanakan terlaksana dengan sangat baik berkat kekompakan dan komunikasi kita terhadap mitra. Adapun kesimpulan yang dapat diambil mahasiswa dari pelaksanaan program KKNT-Kewirausahaan ini yaitu :

- a. Berkat pelaksanaan KKNT-Kewirausahaan Tahun 2021 ini, mahasiswa dapat bertanggungjawab menjadi pribadi yang sangat sadar akan tanggung jawab sebagai *the leader of the change*.
- b. Pelaksanaan KKNT- Kewirausahaan berbasis keilmuan ini memberikan atau berdampak positif bagi para mahasiswa maupun mitra usaha sehingga memiliki pengetahuan, ketrampilan serta kerja sama tim yang telah dibangun dalam kegiatan KKNT-Kewirausahaan, Universitas Maarif Hasyim Latif.

6. REFERENSI

Ekasari, Ratna, Wulan Purnamasari, M. A. (2018). Pengaruh Iklan, Kualitas Pelayanan, Fasilitas Terhadap Keputusan Konsumen dalam Pembelian BBM di SPBU Coco 51.601.108 Mastrip Surabaya. *Ekonomi Manajemen*, 4(2), 1–31.

Faqih, M. A., Luqman, M. H., Ulum, M., Thoriqul, M. H., Rozak, A., M, N. A., B, F. L., Suryaningsih, S., K, S. L., dan Wulandari, F. E. (2019). *Meningkatkan Pemasaran Produk Para Pelaku UMKM di Pedukuhan Ngaseman melalui Program Kerja Pengenalan dan Penyuluhan Digital Marketing Sistem. 1*, 425–427.

Pradiani, T., Penjualan, V., dan Malang, S. (2017). *TERHADAP PENINGKATAN VOLUME PENJUALAN HASIL. 11*, 46–53.