



PEMBELAJARAN DIGITALISASI PEMASARAN PADA USAHA KRUPUK POLI "YUNAF" DI DESA AENG DAKE KECAMATAN BLUTO

Enza Resdiana¹

¹Universitas Wiraraja

Email: ¹enza@wiraraja.ac.id

Abstract

Aeng dake village has the potential of the poly cracker industry which still needs to be developed by the village government, local government, community, and academics through community service programs. The purpose of learning marketing digitalization in the Yunaf poly cracker industry is to develop MSME marketing by utilizing information technology. Digitalization learning efforts through label design, provision of social media accounts and promotions in product marketing are a manifestation of the achievement of innovation for SMEs crackers poly Yunaf in order to expand marketing, increase production capacity and business income which will later be able to improve the welfare of industry players and the village community of Aeng Dake, Bluto District.

Keywords: *Digitalization, marketing, MSME*

Abstrak

Desa Aeng dake ini memiliki potensi industri krupuk poli yang masih sangat perlu dikembangkan oleh pemerintah desa, pemerintah daerah, masyarakat, dan akademisi melalui program pengabdian masyarakat. Tujuan pembelajaran digitalisasi pemasaran di industri krupuk poli Yunaf ini adalah untuk mengembangkan pemasaran UMKM dengan memanfaatkan teknologi informasi. Upaya pembelajaran digitalisasi melalui desain label, penyediaan akun media sosial dan promosi dalam pemasaran produk merupakan wujud pencapaian inovasi UMKM krupuk poli Yunaf dalam rangka memperluas pemasaran, peningkatan kapasitas produksi dan pendapatan usaha yang nantinya dapat mensejahterahkan pelaku industri dan masyarakat desa Aeng Dake Kecamatan Bluto.

Kata kunci: Digitalisasi, pemasaran, UMKM

PENDAHULUAN

Pembangunan ekonomi juga dilakukan dengan pemberdayaan pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang merupakan salah satu penggerak bagi pertumbuhan ekonomi dengan berkontribusi dalam menciptakan tenaga kerja, mengurangi angka pengangguran dan meningkatkan pendapatan masyarakat. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam pembangunan ekonomi di daerah untuk itu pemerintah daerah diharapkan dapat memberikan perhatian bagi tumbuh dan kembangnya lapangan usaha.

Pengembangan industri kecil dapat membantu mengatasi masalah pengangguran seiring dengan berkembangnya teknologi. Teknologi informasi seperti media sosial semakin memperluas kesempatan usaha yang mendorong pembangunan daerah dan kawasan perdesaan. Dewasa ini, perkembangan internet menjadi moda bagi bisnis untuk mendapatkan jejaring secara ekstensif. *Trend digital networks* mengakomodasi internet dan sosial media (Smith et al., 2017) untuk membangun kedigdayaan modal sosial secara online. Khususnya bagi Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dan start-up bisnis yang masih dalam tahap merintis bisnis. Jejaring merupakan aset yang dinamis khususnya bagi UMKM.

Permasalahan dalam pemberdayaan UMKM di desa aeng dake terutama pada industri krupuk poli Yunaf adalah rendahnya kemampuan sumber daya manusia, terbatasnya penguasaan dan pemilikan aset produksi terutama permodalan, konsentrasi pekerjaan sumber daya yang bergerak pada usaha yang turun temurun, dan rendahnya penguasaan teknologi proses produksi dan digitalisasi pemasaran produk. Akibat kurang luasnya pemasaran tersebut produksi UMKM kerupuk poli hanya dikenal dikalangan masyarakat desa saja. UMKM kerupuk poli masih sangat tergolong sangat sederhana dikarenakan hanya dikelola oleh orang pribadi. Pemasaran sangat penting untuk dilakukan karena selain akan membuat banyak orang tahu tentang produk usaha yang dilakukan juga dapat meningkatkan penjualan suatu produk. Tanpa adanya pemasaran atau promosi dalam suatu usaha, maka konsumen tidak akan mengetahui tentang sebuah produk yang dihasilkan usaha tersebut sehingga membuat penjualan produk rendah.

Solusi yang kami tawarkan pada pengabdian masyarakat kali ini yaitu pembelajaran digitalisasi berupa pengenalan perluasan pasar, pengemasan dan pelabelan produk yang lebih menarik, pembuatan akun media sosial dan promosi melalui market place agar produk lebih di kenal luas.

Luaran yang diharapkan adalah mutu produk dan kualitas kemasan dan labeling yng lebih baik dan mudah dikenali oleh pelanggan, pangsa pasar yang lebih luas, peningkatan kapasitas produksi karena peningkatan permintaan pasar, peningkatan pendapatan usaha, lapangan kerka baru, kesejahteraan masyarakat desa Aeng Dake Kecamatan Bluto.



Wirausaha menjadi aktor pejuang ekonomi bangsa melalui sumbangsihnya bagi pertumbuhan ekonomi (Isaga, 2018). Tantangan utama yang dihadapi oleh UMKM adalah terkait sumberdaya baik yang bersifat finansial (permodalan) maupun non-finansial (pemasaran, sumberdaya manusia, pencarian bahan baku dll). Dalam upaya mengayomi dan mensejahterakan UMKM, Pemerintah telah merancang berbagai kebijakan dan program untuk mengembangkan potensi UMKM kedepannya. Salah satu diantaranya adalah UU No. 20 tahun 2008 tentang UMKM yang membahas mengenai usaha-usaha pemerintah dalam hal pengembangan, pemberdayaan, pembiayaan, penjaminan dan kemitraan. Kerjasama pemerintah dan UMKM tentunya atas dasar prinsip saling memerlukan, mempercayai, memperkuat, dan menguntungkan. Kebijakan ini pun tentunya memberikan angin segar bagi eksistensi UMKM untuk peka mengeksplorasi berbagai peluang-peluang jejaring yang ada (Adomako et al., 2018). Untuk mempertahankan keunggulan kompetitif, perusahaan perlu memperhatikan kemampuan manajerial dan teknologi dalam menghadapi perubahan pasar yang sangat cepat.

Desa Aeng dake ini memiliki potensi industri krupuk poli yang masih sangat perlu dikembangkan oleh pemerintah desa, pemerintah daerah, masyarakat, dan akademisi melalui program pengabdian masyarakat. Tujuan pembelajaran digitalisasi pemasaran di industri krupuk poli Yunaf ini adalah untuk mengembangkan pemasaran UMKM dengan memanfaatkan teknologi informasi. Pengabdian pembelajaran digitalisasi pemasaran pada UMKM kerupuk poli Yunaf di desa Aeng dake kecamatan Bluto.

METODE DAN PELAKSANAAN

Metode

Pengabdian masyarakat ini menggunakan metode pembelajaran/pelatihan terkait dengan hasil produksi yang hasilnya di kemas dengan teknik desain pelabelan baru, pembuatan akun media sosial baru dan teknik pemasaran dan promosi melalui penggunaan media digital/platform seperti intstagram dan market place dan lainnya, untuk memperluas pangsa pasar dan meningkatkan permintaan produk dan menambah omzet yang akhirnya meningkatkan pendapatan,

meningkatkan kesejahteraan pelaku industri dan masyarakat desa aeng dake.

Pelaksanaan Kegiatan

Tim pengabdian masyarakat melakukan pelatihan dan pembuatan desain label produk, pembuatan akun media digital, membuat dan melakukan promosi produk UMKM melalui market, bisa dengan memajang produk di media digital atau platform yang sudah ada seperti instagram, facebook, situs website, marketplace bahkan media youtube. hal ini diperlukan karena dengan media tersebut, maka produk UMKM yang akan dipromosikan ke berbagai tempat tanpa keliling menawarkan barang ke suatu tempat. Promosi pemasaran produk UMKM melalui media digital ini memberikan kemudahan bagi pemilik UMKM untuk semakin memperluas pemasaran dari produk UMKM tersebut.



Gambar 1. Pelabelan hasil produksi



Gambar 2. Hasil pembelajaran media digital bersama ibu Yuniani mitra pengabdian masyarakat

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Hasil yang dicapai dari program pengabdian masyarakat ini adalah manfaat yang secara langsung dirasakan oleh pemilik usaha yaitu ibu Yunaini yang awalnya



tidak mengenal pemasaran di era digital melalui platform/media sosial, merasa terbuka pengetahuannya tentang betapa pentingnya labeling dan pengemasan produk yang menarik pelanggan, akun media sosial sebagai sarana promosi produk. Krupuk poli Yunaf lebih dikenal luas. Selain itu aparat desa yang ikut serta mendampingi Tim pengabdian ikut menambah wawasan dan pengetahuan untuk menularkan ketrampilan yang sudah dirintis oleh Ibu Yunaini kepada ibu-ibu rumah tangga di Desa Aeng Dake untuk melakukan usaha sejenis dalam rangka mengembangkan potensi yang ada.

Pembahasan

1. Pemasaran Kerupuk Poli

Secara umum pemasaran kerupuk poli Yunaf ini diarahkan untuk meningkatkan perekonomian masyarakat guna memenuhi kebutuhan pangan dan industri dan juga mendorong pemerataan kesempatan dalam berusaha. Pemasaran produk dapat dilakukan melalui media sosial, karena media sosial juga menjadi tempat interaksi masyarakat saat ini. Pemasaran yang dilakukan yaitu dipromosikan melalui akun media sosial yang sudah dibuat.

2. Membuat Desain Pelabelan Kemasan Produk krupuk poli

Pelabelan artinya mencatumkan segala informasi yang dibutuhkan pada kemasan. Tujuan dari pelabelan adalah untuk memberi informasi tentang isi produk yang diberi label tanpa harus membuka kemasan, berfungsi sebagai sarana komunikasi produsen kepada konsumen tentang hal-hal yang perlu diketahui oleh konsumen tentang produk tersebut, terutama hal-hal yang kasat mata atau tak diketahui secara fisik. Pengabdian membuat desain label pada kemasan produk UMKM kerupuk poli dengan menggunakan aplikasi. Dalam pembuatan design label kemasan, kami berdiskusi terlebih dahulu dengan pemilik UMKM Kerupuk Poli. Setelah design label kemasan produk telah disetujui kami menyerahkan hasil design tersebut kepada ibu Yunaini selaku pemilik UMKM Kerupuk Poli Yunaf. Selanjutnya, kami melakukan proses cetak label kemasan dan penyerahan label kemasan kepada pemilik UMKM.



Gambar 3. Design label dan kemasan awal Produk UMKM



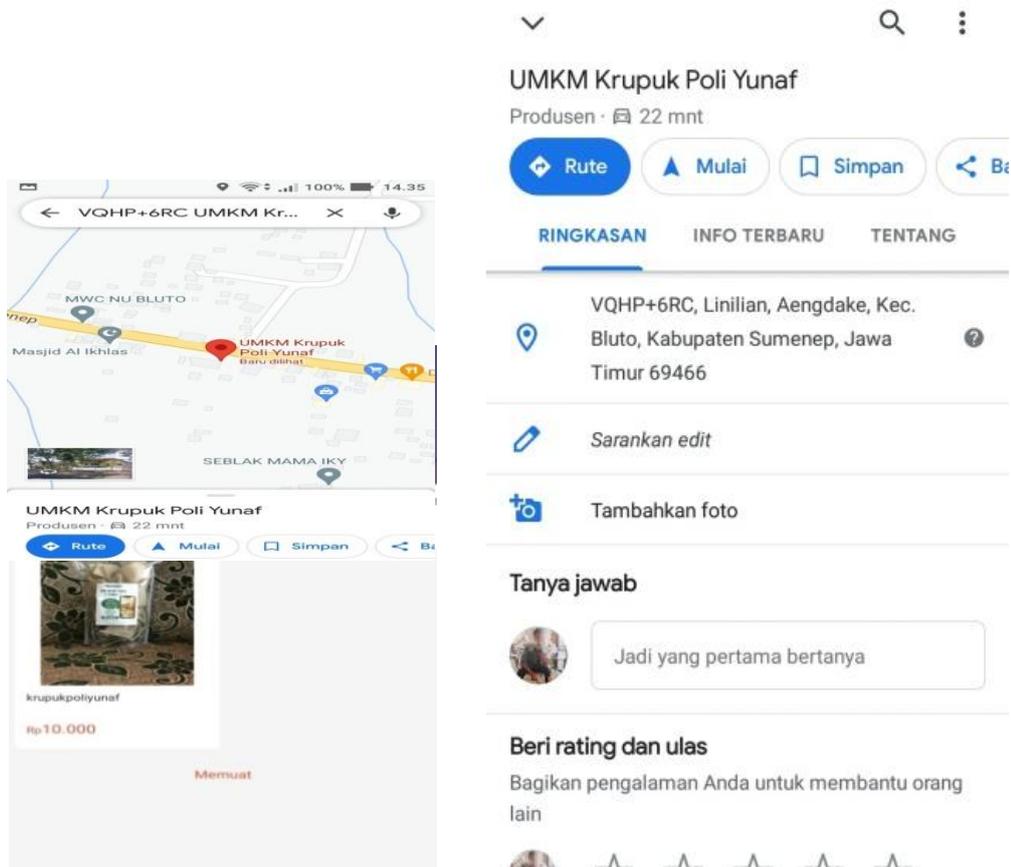
Gambar 4. Design label dan kemasan akhir Produk UMKM

3. Membuat Akun Media Sosial Krupuk Poli Yunaf

UMKM kerupuk poli Yunaf menjual produknya hanya disekitar desa Aeng Dake saja. Oleh karena itu perlu dilakukannya pembuatan akun media sosial untuk meningkatkan penjualan dan meningkatkan brand awareness. Pada akun media sosial untuk dipublikasikan kelompok kami melakukan komunikasi langsung dengan pemilik UMKM kerupuk poli Yunaf. Pembuatan akun yang dilakukan untuk mempromosikan UMKM Kerupuk Poli Yunaf



diantaranya membuat maps tempat produksi UMKM kerupuk poli Yunaf, Shopee, dan Instagram.



Gambar 5. Maps Tempat Produksi Kerupuk Poli Yunaf

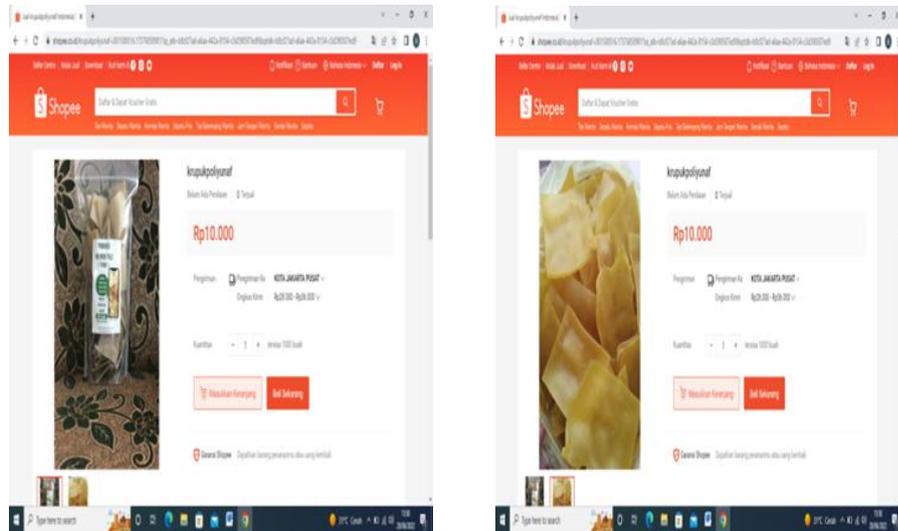


Gambar 6. Akun Instagram Kerupuk Poli Yunaf

4. Membuat Promosi di Market Place

Tujuan utama dari promosi adalah produsen atau distributor akan mendapatkan kenaikan angka penjualan dan meningkatkan profit atau

keuntungan. Promosi juga menjadi tugas praktikan mengenai pemasaran produk melalui market place. Selanjutnya, praktikan melakukan login pada aplikasi Shopee dan Instagram untuk membuat promosi. Setelah proses tersebut dilakukan, praktikan memastikan kembali apakah promosi yang sudah dibuat tersebut sudah terdaftar atau belum.



Gambar 7. Promosi Produk di Akun Shopee



Gambar 8. Promosi Produk di Akun Instagram

PENUTUP

Simpulan

Desa Aengdake memiliki potensi yang dapat dikembangkan, terutama dalam



bidang UMKM salah satunya kerupuk poli yunaf. Dalam pengembangannya kami memberikan ide terhadap UMKM tersebut untuk dapat mempromosikan hasil dari usaha UMKM tersebut. Pentingnya dilakukan desain pelabelan, pembuatan akun dan media digital dalam promosi dan pemasaran melalui teknologi digital seperti instagram, face book bahkan marketplace dapat meningkatkan permintaan produksi dan peningkatan pendapatan pelaku UMKM krupuk poli Yunaf dan kesejahteraan masyarakat desa Aeng dake.

Rekomendasi

Pelaku UMKM kerupuk poli yunaf perlu meningkatkan mutu produk dan desain kemasan, memperluas promosi di media digital (marketplace) agar mampu bersaing dipasaran dan dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa Aengdake Bluto

UCAPAN TERIMA KASIH

Terimakasih kami ucapkan kepada Bapak kepala Desa Aeng Dake Kecamatan Bluto beserta aparat desa setempat, Ibu Yunaini pemilik UMKM krupuk poli Yunaf selaku mitra pengabdian masyarakat, mahasiswa peserta praktek kerja lapangan, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Wiraraja yang telah memberikan dukungan dan fasilitas selama kegiatan berlangsung hingga selesai, semoga dapat memberikan manfaat yang lebih bagi masyarakat dan dunia akademis.

DAFTAR PUSTAKA

- Bangsawan S., Satria. 2015. *Pemasaran Usaha Kecil; Kasus Industri Pengolahan Makanan dan Ritel*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Rahmawati, dkk. 2016. *Bisnis Usaha Kecil Menengah; Akuntansi, Kewirausahaan, dan Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Ekuilibria
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Rohmah, Fathur dkk. 2015. *Strategi Pemerintah Daerah Dalam Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Menengah Olahan Mangga (Studi pada Sentra Olahan Mangga Desa Banjarsari, Kecamatan Sumberasih, Kabupaten Probolinggo)*. Jurnal Administrasi Publik (JAP). Vol. 3, No. 12, Hal. 2040-2044
- Firmansyah, Robby dkk. 2014. *Strategi Pemerintah Daerah Dalam Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, Menengah Di Kabupaten Madiun (Studi pada Dinas Koperasi, Perindustrian, Perdagangan dan Pariwisata Kabupaten Madiun dan*

*Sentra Industri Berm Desa Kaliabu Kecamatan Mejayan Kabupaten Madiun).
Jurnal Administrasi Publik (JAP). Vol. 2, No. 1, Hal.154-160.*
Kurniawan, Ferry Duwi dkk. 2014. *Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Dalam Penanggulangan Kemiskinan*. JKKMP (ISSN. 2338-445X). Vol. 2, No. 2. Hal 103-220