

PENGEMBANGAN PEMASARAN DIGITAL PADA UMKM KERIPIK PEYEK DAN PISANG DI DESA KUTAWARGI

Desi Fitriani , Adi Rizky Pratama

Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis

E-mail: mn19.desifitriani@mhs.ubpkarawang.ac.id , adi.rizky@ubpkarawang.ac.id

ABSTRAK

Pengembangan adalah suatu usaha untuk meningkatkan kemampuan teknis, teoritis, konseptual, dan moral sesuai dengan kebutuhan melalui pendidikan dan latihan. Pemasaran digital adalah suatu usaha untuk mempromosikan sebuah merek dengan menggunakan media digital yang dapat menjangkau konsumen secara tepat waktu, pribadi, dan relevan. Tipe pemasaran digital mencakup banyak teknik dan praktik yang terkandung dalam kategori pemasaran internet . Adapun UMKM merupakan singkatan dari Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Pada dasarnya, UMKM adalah arti usaha atau bisnis yang dilakukan oleh individu, kelompok, badan usaha kecil, maupun rumah tangga. Pemasaran adalah kegiatan yang dilakukan oleh pelaku usaha untuk mempromosikan produk atau layanan yang mereka tawarkan sebagai upaya untuk menarik pelanggan.

Kata kunci: Pengembangan, Pemasaran Digital, UMKM

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (disingkat UMKM) menjadi salah satu tulang punggung perekonomian di Indonesia dalam penyediaan lapangan pekerjaan yang harus terus didukung (Haryanti, 2020).

Masuknya era revolusi industri 4.0. yang menggabungkan antara teknologi digital dengan internet, memberikan kemudahan pada proses bisnis di masa pandemi. Komunikasi dua arah mudah terbentuk tanpa ruang batas dan waktu dimana proses menjadi lebih cepat, efektif dan efisien, sehingga memberikan peluang pada pelaku UMKM dalam melakukan transaksi penjualan produk yang ditawarkannya. Kegiatan yang terbatas dan adanya kebijakan pemerintah yang harus dipatuhi oleh masyarakat pada masa itu, mendorong pelaku UMKM memanfaatkan sistem digitalisasi. Hal tersebut mendasari proses digitalisasi bukan lagi suatu kebaruan, melainkan menjadi suatu kebutuhan pokok dalam segala sisi. Sehingga, hal ini juga yang menstimulasi pelaku UMKM dapat beralih kepada sistem yang bersifat semi digital atau bahkan digitalisi penuh.

Target dari pengabdian kepada masyarakat ini yaitu kepada masyarakat Desa Kutawargi Kecamatan Rawamerta Kabupaten Karawang yang dimana desa tersebut hanya

memiliki beberapa umkm diantaranya adalah umkm keripik pisang dan peyek. Dimana di daerah tersebut minim sekali umkm. Maka dari itu sebagai sasaran program, dengan tujuan memperkenalkan bagaimana cara mengembangkan pemasaran secara digital untuk umkm di desa kutawargi. Memberikan edukasi dan berbagi ilmu kepada warganya, dan berani terjun dalam dunia usaha berarti siap menerima segala konsekuensinya, termasuk berani menghadapi berbagai masalah dalam dunia usaha, bahkan yang dapat menyebabkan kegagalan. Jatuh bangun sudah menjadi hal yang lumrah bagi seorang wirausaha. Dan juga bagaimana cara menginovasi suatu produk agar menarik minat pembeli dan memiliki ciri hasnya sendiri.

Usaha yang dimiliki oleh Ibu Nuraidah dan Bapak Robiansyah, Hal ini bertujuan agar memiliki beberapa pelanggan baru, sehingga namanya lebih dikenal oleh masyarakat di luar daerah Rawamerta. Target pasar baru juga dapat dicari dengan memanfaatkan jalur pemasaran secara daring, Ibu Nuradah dan Bapak Robiansyah telah memiliki pelanggan yang cukup banyak dan setia, sehingga sering melakukan pesanan secara berulang.

METODE

Kegiatan ini dilakukan secara bertahap selama satu bulan dimulai dari tanggal 1 Juli 2022 hingga 31 Juli 2022. Melibatkan beberapa UMKM yang bergerak dibidang kuliner dengan kriteria memiliki omset penjualan yang kecil dan keterbatasan dari segi kompetensinya, serta mengalami dampak yang sangat buruk akibat pandemi, sehingga diperlukan pendampingan secara bertahap dan terstruktur untuk memulihkan kembali usaha yang dilakukannya.

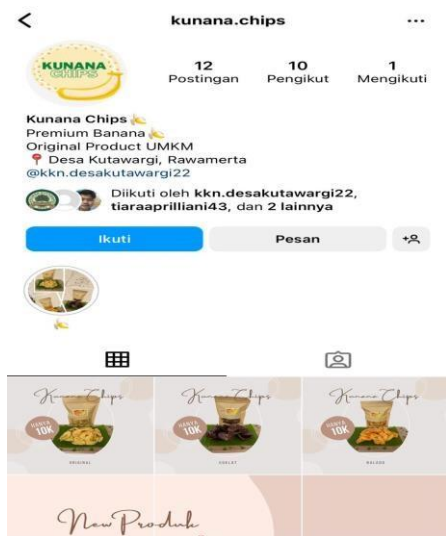
Beberapa UMKM yang terlibat dalam kegiatan ini diantaranya UMKM Keripik Pisang yang beralamat di Dusun Kutajaya, RT/RW 008/004 Desa Kutawargi Kecamatan Rawamerta, serta UMKM Peyek yang beralamat di Dusun Kutajaya, RT/RW 008/004 Desa Kutawargi Kecamatan Rawamerta. Pelatihan dilaksanakan dalam bentuk serangkaian dimulai dari sosialisasi dan analisis kondisi awal yang disebut sebagai pencarian solusi dan tahapan evaluasi yang melalui beberapa tahapan kegiatan inti terstruktur. Selama kegiatan berlangsung, protokol kesehatan tetap dilaksanakan saat kunjungan ke lapangan.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Pemasaran; Pemasaran adalah kegiatan yang dilakukan oleh pelaku usaha untuk mempromosikan produk atau layanan yang mereka tawarkan sebagai upaya untuk menarik pelanggan. Adapun berbagai hal yang dapat dilakukan dalam pemasaran meliputi pengiklanan, penjualan hingga pengiriman produk ke pelanggan. Dalam melakukan promosi, pelaku usaha perlu menentukan siapa yang menjadi target mereka agar promosi yang dilakukan memberikan hasil, dan target tersebut harus sesuai dengan produk atau layanan mereka (Mudjijah dan Anggraini, 2021). Pemasaran digital adalah suatu usaha untuk mempromosikan sebuah merek dengan menggunakan media digital yang dapat menjangkau konsumen secara tepat waktu, pribadi, dan relevan. Tipe pemasaran digital mencakup banyak teknik dan praktik yang terkandung dalam kategori pemasaran internet . Tidak hanya memberikan keuntungan bagi pelaku usaha, pemasaran juga memberikan manfaat bagi pelanggan. Salah satunya adalah pelanggan menjadi terbantu karena mereka akan lebih mudah untuk menemukan produk sesuai dengan apa yang dibutuhkan. Oleh karena itu, pemasaran merupakan salah satu hal penting yang perlu dilakukan dalam mengembangkan sebuah bisnis. Semakin baik strategi pemasaran yang dimiliki pelaku usaha, maka kesempatan bisnis tersebut untuk berkembang akan semakin cepat.

Dalam membangun pola pikir untuk membuat pemasaran secara digital , yaitu penggunaan Instagram dan Whatsapp dapat memperluas nama Kripik Pisang dan Peyek mendatangkan lebih banyak pelanggan. Hal ini dikarenakan Ibu Nur dan Bapa Robi mempromosikan penjualan hanya dengan *Mouth to Mouth* atau mulut ke mulut dalam berkomunikasi dengan pelanggan, sehingga pelanggan berasal dari orang-orang kenalan saja. Penambahan penggunaan media sosial akan mengakibatkan jangkauan pelanggan lebih besar sehingga penjualan dapat meningkat. Lalu kami membuat akun Instagram Kripik pisang dengan nama Kunana (Kutawargi Banana) dan Peyek Kribo untuk Peyeknya sendiri dengan memperbarui feeds dan konten di media sosial.

Adapun Gambar 1. Adalah akun Instagram dari Kripik Pisang ibu Nuraidah. Berikut adalah akun Instagram nya.



Gambar 1. Akun instagram Kunana atau Kripik pisang

Adapun Gambar 2. Adalah akun Instagram dari Kripik Peyek dari bapak Robiansyah . Berikut adalah akun Instagram nya.



Gambar 2. Akun instagram kripik peyek

Setelah dibuatkan akun Instagram untuk pemasaran produk terlihat sangat jelas dari data bahwa peningkatan pembelian dari konsumen sangat meningkat dan pengiriman tidak hanya di kutawargi melainkan dari luar kota.

Berikut Gambar 3. Adalah data pembelian :

kkn ubp 2022 Home Halo sigit

Detail Pembelian

Pembelian		Pelanggan		Pengiriman		
No. Pembelian : 17		sigit		Karawang		
Tanggal : 2022-07-26		1525433325		Alamat Pengiriman : Karawang		
Total : Rp. 30,000		muhammadsigit766@gmail.com		Ongkos Kirim : Rp.20000		

No	Nama Produk	Harga	Jumlah	Berat	Berat Total	Subharga
1	Kunana Chips Coldat	Rp.10,000	1	Ogr	Ogr	Rp.10,000
Total Belanja						Rp.30,000

Silahkan Melakukan Pembayaran sebesar
Rp.30,000 ke
BANK BCA 111.1111.1111
A/N. kkn ubp 2022

Gambar 3. Data Hasil penjualan setelah menggunakan pemaasaran digital

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Didukung oleh perkembangan teknologi informasi yang semakin pesat sehingga memudahkan masyarakat dalam hal mengetahui banyaknya usaha kuliner menengah yang beredar. Kripik Pisang dan Peyek Ibu Nuraidah dan Bapak Robiansyah adalah sebuah usaha kecil menengah di desa Kutawargi, namun usaha ini belum mengetahui cara memasarkan sebuah produk secara digital yang berpengaruh terhadap promosi penjualan kepada khalayak umum, sehingga usaha ini kurang dikenali oleh masyarakat luas khususnya di desa Kutawargi, Kecamatan Rawamerta.

Pada kegiatan pengembangan pemasaran usaha secara Digital untuk UMKM kedepannya, akan sangat baik apabila UMKM dapat mengikuti dan memanfaatkan teknologi digital terbaru di eranya sehingga dapat mengoptimalkan potensi usaha yang dimiliki, baik dari aspek pemasaran dan produksi dengan tetap mempertimbangkan jumlah budget yang dimiliki. Selain itu, apabila didukung dengan situasi yang memungkinkan, alangkah lebih baik jika terdapat aktivitas offline seperti observasi lapangan dalam pendampingan insentif, dengan tetap memanfaatkan teknologi digital untuk kegiatan yang bersifat online, supaya kegiatan observasi hingga proses pengembangan usaha UMKM dapat berjalan secara optimal dan efisien.

DAFTAR PUSTAKA

- Kemenkopukm. (2020). *DUKM Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah*.
Kemenkopukm.Go.Id. <https://www.kemenkopukm.go.id/data-umkm>.
- Muchtar, R. P. M., Andyanto, H. and Zainudin, M. (2018)
‘Perbaikan Kemasan Dan Pelabelan Produk Kripik Singkong Madura Untuk Mewujudkan Pelaku Usaha Mandiri Menyongsong Tantangan Masyarakat Ekonomi Asean Yang Berkelanjutan’, Jurnal ABDIRAJA, 1(1), pp. 14–18. doi: 10.24929/adr.v1i1.635
- Mudjijah, S., & Anggraini, T. (2021)
Pendampingan Kewirausahaan bagi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Kecamatan Ciledug Kota Tangerang. Jurnal Abdimas BSI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 4(1), 119–127.
- Restu Wardhani, A., Suwandono, P. and Rizki Fadhillah, A. (2019)
‘Seminar Nasional Hasil Pengabdian Prefix-PTR PELATIHAN KEMASAN DAN PELABELAN PADA UKM KRIPIK PISANG DI DUSUN PECUK TULUNGAGUNG’, (Ciastech), pp. 159–164