

PELATIHAN PENGGUNAAN *DIGITAL MARKETING* UNTUK MENINGKATKAN EFEKTIVITAS PEMASARAN UMKM SAMBEL BAKAR MAMI DESA NGADIREJO KAB. MALANG

**Atika Zuhrotus Sufiyana*, Muhammad Daffa Zidan, Eriani Retno Afrilia,
Wina Mustika, Muhammad Fahmi Ichsan, Fiky Nur Faizin, Kusnul Chotimah,
Ahmad Angga Firmansyah, Novi Suci Romadhona, Saheedan Salehma, Irma
Anggi Rahayu**

Universitas Islam Malang, Malang, Indonesia

*Koresponden penulis: atika.zuhrotus@unisma.ac.id

ABSTRAK

Perkembangan pesat teknologi digital telah membawa dampak signifikan pada bidang pemasaran. Digital marketing menjadi lebih efektif karena memberikan kemudahan bagi pelanggan untuk mengetahui detail produk, transaksi secara online, dan jangkauan pemasaran yang lebih luas. Sebelumnya, pemasaran sambal bakar mami desa Ngadirejo tergolong tradisional. Kegiatan ini bertujuan untuk memberikan pelatihan dan pendampingan kepada UMKM Sambal Bakar Mami dalam menerapkan Digital Marketing sebagai strategi pemasaran produk. Tahap pelatihan dan pendampingan mencakup: (1) pengenalan platform marketplace (2) pengenalan tentang kemasan dan branding, (3) dokumentasi produk, (4) pengenalan pembuatan konten, dan (5) pengelolaan pesanan dan pengiriman barang. Hasil dari kegiatan ini adalah UMKM Sambal Bakar Mami memiliki platform marketplace untuk promosi produk, transaksi jual beli, serta pemilik UMKM memiliki pemahaman tentang Digital Marketing dan mampu mengelola platform marketplace yang dimiliki.

Kata Kunci:

digital marketing; sambal bakar mami; marketplace

PENDAHULUAN

Seiring berkembangnya ilmu pengetahuan menjadikan teknologi sebagai hal yang tak terhindarkan dalam kehidupan saat ini. Berbagai inovasi teknologi diciptakan untuk memberikan manfaat positif serta kemudahan dalam berbagai aktivitas manusia. Jaringan komunikasi global atau yang biasa disebut internet berpengaruh besar bagi *marketer*, *narablog/blogger*, dan pemilik toko online. Menurut Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemkominfo), pengguna internet di Indonesia telah mencapai 82 juta orang, menempatkan Indonesia di peringkat ke-8 di dunia dalam hal penggunaan internet (Kementerian Komunikasi dan Informatika, 2013). Penggunaan yang tinggi ini juga terhitung dari pengguna toko online. Jual beli online sebagai bentuk modernisasi ekonomi kini semakin menarik perhatian konsumen (Febriyantoro & Arisandi, 2018).

Digital marketing adalah strategi pemasaran yang memanfaatkan internet melalui media sosial atau perangkat *digital* lainnya. Menurut Prabowo Dalam

Sasongko et al., (2020), hal ini dapat membantu pelaku usaha seperti UMKM dalam mempromosikan dan memasarkan produk serta jasa mereka. *Digital marketing* yang semakin berkembang dan meluas berdampak pada perkembangan ekonomi masyarakat hingga akhirnya mencapai Era Ekonomi Baru (*New Economy Era*).

Desa Ngadirejo merupakan salah satu desa wisata dengan ketinggian 800 Mdp di kecamatan Jabung kabupaten Malang yang berbatasan langsung dengan area Taman Nasional Bromo Tengger Semeru disebelah timur. Ngadirejo merupakan salah satu desa yang berada di Kecamatan Kromengan Kabupaten Malang yang wilayahnya dikelilingi oleh persawahan serta desa-desa lainnya dengan luas wilayah 466.23 Ha. Dari luasnya wilayah desa Ngadirejo menyimpan banyak sumber daya alam yang dapat dimanfaatkan, seperti tanaman durian, kopi dan pete dapat tumbuh subur disana.

Desa Ngadirejo Memiliki 2 Dusun dengan Jumlah penduduk Desa Ngadirejo sebanyak 2045 jiwa yang rata rata bekerja sebagai petani dan pekerja pabrik. Beberapa warga Desa Ngadirejo juga mendirikan usaha mandiri, salah satunya adalah pembuatan sambal bakar yang terkenal dengan keunikan rasanya. Meskipun sambal ini terkenal di desa setempat, namun kurang dikenal oleh masyarakat luar desa. Sambal bakar khas desa ngadirejo menjual sambal dengan inovasi proses dan hasil. Prosesnya yang berbeda dengan sambal pada umumnya berdampak pada rasa yang khas. Inovasi sambal ini muncul karena adanya keinginan untuk menciptakan rasa sambal baru yang berbeda pada umunya. Inovasi sambal ini membuat pelaku UMKM menamainya Sambal Bakar Mami. Namun demikian, penjualan Sambal Bakar Mami ini masih terbatas pada pembelian secara langsung di lokasi atau melalui pesanan WhatsApp semata, serta masih mengandalkan pemasaran tradisional.

Solusi dari masalah pemasaran produk Sambal Bakar Mami adalah dengan membuat akun *marketplace* untuk memudahkan konsumen dalam memesan, melihat detail produk serta harga pada masing-masing jenis sambal. Akun *marketplace* ini juga sebagai Upaya medatankan konsumen dari luar wilayah sehingga penjualan produk semakin meluas. Sehingga konsumen tidak perlu lagi datang ke Desa Ngadirejo untuk mendapatkan produk Sambel Bakar Mami.

Tantangan berikutnya adalah meningkatkan kemasan produk yang aman, meningkatkan daya tarik dan memberikan respon positif dari konsumen. Dengan adanya pelatihan ini pula, masyarakat dapat lebih mengenal kemajuan teknologi, mampu memanfaatkannya, sehingga meningkatkan kesejahteraan mereka dalam memasarkan produk sambel bakar mami.

METODE PELAKSANAAN

Metode pelatihan ini dilakukan untuk memberikan pengetahuan dan pemahaman dasar pemanfaatan *marketpleace* sebagai sarana pemasaran, hingga sampai mitra mampu melakukan pemanfaatan secara berkelanjutan. Metode penyelesaian masalah produk Sambel Bakar Mami dilakukan dengan 3 tahapan: pelatihan, pendampingan, dan monitoring/evaluasi.

Tahap pelatihan terdiri dari beberapa kegiatan nyaitu: (1) Pelatihan *marketpleace* merupakan pelatihan terkait *marketpleace* untuk sarana pemasaran produk sambel bakar mami; (2) Pelatihan *branding* merupakan pelatihan terkait pengemasan dan merek produk; (3) Pelatihan dokumentasi produk merupakan pelatihan terkait cara pengambilan gambar untuk produk yang akan dipasarkan; (4) pelatihan menerima pesanan dan mengirim barang merupakan pelatihan terkait cara menerima pesanan, metode pembayaran, dan mengirim barang melalui jasa antar paket.

Tahap pendampingan dilakukan dalam semua kegiatan baik dari segi packaging dan branding, pembuatan akun *marketpleace*, pengambilan dokumentasi produk, postingan produk di *marketpleace*, dan menerima pesanan dan mengirim pesanan.

Tahap monitoring evaluasi tim KSM-T akan melakukan penilaian lanjutan dari pendampingan yaitu dengan menguji secara praktik pemilik UMKM dimulai dari pengambilan dokumentasi produk, postingan produk di *marketpleace*, menerima pesanan, dan mengirimkan barang pesanan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Program kerja yang dilakukan selama program Kandidat Sarjana Mengabdi terdiri dari pelatihan *marketplace*, packaging, *rebranding*, inovasi produk dan *digital marketing*. Proses pemilihan prioritas permasalahan berdasarkan dari hasil wawancara bersama kepala desa Ngadirejo dan pelaku UMKM.

Pelatihan tentang *marketpleace*, membahas tentang pentingnya jangkauan pasar yang luas untuk meningkatkan penjualan produk, keuntungan bagi penjual dan pembeli, promosi yang lebih mudah dan sebagainya.

Kegiatan selanjutnya yakni *packaging* yang menarik dan aman untuk meningkatkan minat pembeli, dengan menganalisis kebutuhan dan kesesuaian produk dicapailah *re-packing* dengan anggaran biaya terjangkau dan efisien. Adapun *rebranding* produk dalam hal pemberian nama yang lebih menarik (Sambel Bakar Mami), dengan menggandeng nama Desa Ngadirejo dalam packagingnya.

Sebelumnya produk Sambal Bakar Mami ini tidak memiliki brand dan kemasan yang menarik, sehingga produk tidak memiliki merek yang jelas dan terdefinisi dengan baik. Hingga akhirnya setelah berproses melalui analisis situasi dan kebutuhan, pelatihan serta diskusi panjang mengalami transformasi menjadi produk yang lebih dikenal, menarik, dan bernilai dimata konsumen. Pencapaian ini berkontribusi pada peningkatan penjualan dan keberhasilan usaha secara keseluruhan.

Inovasi produk ini berupa proses pembuatan sambal yang dibakar dan diuleg secara tradisional. Selain itu, variasi sambal yang terdiri dari tiga varian: sambal bakar ijo, sambal bakar teri dan sambal bakar merah.



Gambar 1. Hasil packaging sambal bakar mami mahasiswa ksm-t unisma

Kegiatan selanjutnya adalah mitra didampingi dalam pelatihan dalam pengambilan gambar produk. Hal ini tentu sangat diperlukan, mengingat dalam dunia *digital marketing* sebuah gambar dari suatu produk adalah hal yang vital. Gambar yang sesuai kenyataan produk akan menambah nilai tersendiri, seperti yang terlihat pada Gambar 1. Selanjutnya mitra didampingi dalam pembuatan akun *marketplace*, mendampingi cara memposting produk dengan gambar yang diambil dengan metode yang baik, serta kata kunci yang menarik pada produk *dishopee*.

Selain menggunakan metode yang sudah dipakai oleh mitra dalam mengirimkan pesanan, juga dikenalkan metode baru dalam proses pengiriman barang dan penerimaan pesanan. Hal ini akan memudahkan mitra dalam melakukan pengiriman barang dengan metode yang efektif serta meningkatkan ketertarikan pembeli dan memberikan informasi yang akurat kepada pelanggan.

Setelah kegiatan pelatihan tahap selanjutnya adalah pendampingan. Pendampingan dilakukan dalam semua kegiatan baik dari segi pembuatan akun *marketplace*, postingan produk, *packing*, *branding*, dan serta penerimaan pesanan dan pengiriman produk. Hal ini bertujuan agar mitra dapat memahami dengan baik, mampu mempraktikkan secara mandiri sehingga kegiatan penjualan dengan metode modern ini dapat berkelanjutan.



Gambar 2. Toko online pelaku UMKM

Berdasarkan dari pelaksanaan kegiatan pengabdian berupa pelatihan *digital marketing* oleh Kandidat Sarjana Mengabdikan di UMKM Sambal Bakar Mami sebagai berikut:

1. UMKM Sambal Bakar Mami memiliki *packaging* dari sebelumnya belum memiliki.
2. UMKM Sambal Bakar Mami memiliki akun *marketplace* dari sebelumnya belum memiliki.
3. Pemilik UMKM Sambal Bakar Mami mendapatkan skill baru tentang tata cara manajemen *marketplace*.
4. Pemilik UMKM Sambal Bakar Mami memiliki metode baru pengiriman produk dan skill menerima pesanan dari *marketplace*.

KESIMPULAN

Kegiatan KSM-T pada UMKM Sambal Bakar Mami telah terlaksana 4 program kerja yaitu *rebranding*, perancangan *packaging*, inovasi pada produk, dan *marketing*. Pemanfaatan konsep pemasaran berbasis digital marketing ini menjadi harapan bagi UMKM Sambal Bakar Mami untuk mengembangkan strategi pemasaran mereka serta memperluas pemasaran produknya dengan memanfaatkan *marketplace* sebagai sarana pemasaran.

Pelatihan pemasaran *digital marketing* yang diselenggarakan oleh mahasiswa KSM-T merupakan inisiatif dari hasil observasi yang sangat diperlukan bagi pelaku UMKM. Dalam era *digital* ini, pemasaran merupakan hal yang sangat penting dalam keberhasilan usaha, terutama bagi UMKM. Dengan memperoleh pengetahuan dan keterampilan yang tepat, pelaku UMKM dapat mengimplemantasikan strategi pemasaran digital yang efektif dan mengembangkan usaha mereka ke tingkat yang lebih tinggi.

Melalui pelatihan ini, para mahasiswa KSM-T juga dapat memberikan kontribusi nyata kepada Masyarakat dengan membantu UMKM lokal tumbuh dan berkembang. Diharapkan, inisiatif semacam ini dapat menjadi contoh bagi mahasiswa lainnya untuk berkontribusi dalam membantu banyak pelaku UMKM di Indonesia. Semakin banyak pelaku UMKM yang memiliki pengetahuan dan keterampilan dalam *digital marketing*, semakin besar peluang mereka untuk berhasil dan berkontribusi dalam pertumbuhan ekonomi.

DAFTAR RUJUKAN

- Febriyantoro, M. T., & Arisandi, D. (2018). Debby Arisandi Halaman 61 dari 76 JMD. In *Jurnal Manajemen Dewantara* (Vol. 1, Issue 2). <http://ejournal.stiedewantara.ac.id/index.php/JMD/issue/view/32>
- Kementrian Komunikasi dan Informatika. (2013). *Kemkominfo: Pengguna Internet di Indonesia Capai 82 Juta*.
- Penyusun, T., Widodo, B., Nurani, F., Saufi, A., Yudha, R., Kusumastuti, E., Puspitasari, R., Suhartini, D., Nuraini, Y., Ghozali, I., Zuhri, S., Arif, L., Sumiati, I., Achmad Editor, Z., Rining Nawangsari, E., & Kriswibowo, A. (n.d.). *Potret*

Masyarakat dan Kebijakan Pemerintah dalam menghadapi tantangan Pandemi Covid-19.

Sasongko, D., Putri, I. R., Alfiani, V. N., Qiranti, S. D., Sari, R. S., & Allafa, P. E. (2020). Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM Makaroni Bajak Laut Kabupaten Temanggung. *Jurnal Ilmiah Pangabdhi*, 6(2), 92–96. <https://doi.org/10.21107/pangabdhi.v6i2.7809>