

**Upaya Pendampingan dan Peningkatan Pendapatan UMKM Melalui Pelatihan Digital
Marketing pada Usaha Siomay Mini Pedas Kota Probolinggo**

Putri Ika Fadilah

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya,

putriikafadilah@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini menjelaskan tentang peningkatan pendapatan UMKM dengan cara melakukan pelatihan digital marketing pada usaha kecil yang ada di Kota Probolinggo, Jawa Timur. UMKM merupakan usaha perdagangan yang dikelola oleh badan usaha atau perorangan yang merujuk pada usaha ekonomi produktif sesuai dengan kriteria yang ditetapkan oleh Undang-Undang 20 Tahun 2008. Tidak mudah menghadapi persaingan di pasar global saat ini karena produk UMKM akan bersaing dengan produk dari negara lain. UMKM mempunyai peran vital dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Pada kegiatan UMKM ini saya menggunakan digital marketing sebagai upaya untuk meningkatkan pendapatan dari usaha itu sendiri. Digital marketing merupakan pemasaran menggunakan aplikasi teknologi digital. Salah satu bentuk digital marketing yang menggunakan media elektronik atau internet adalah Internet Marketing (Electronic Marketing). E-marketing merupakan proses pemasaran yang menggunakan teknologi komunikasi elektronik, khususnya internet. Strategi pemasaran digital dengan menggunakan media sosial menjadi penting karena dapat memberikan pengetahuan kepada para pelaku UMKM tentang cara dan tahapan memperluas jaringan konsumen mereka dengan menggunakan media sosial untuk memasarkan produknya sehingga dapat meningkatkan keunggulan kompetitif UMKM itu sendiri. Pada pelaksanaan KKN ini saya menggunakan tiga metode yaitu observasi, interview, dokumentasi serta menghasilkan beberapa kegiatan yaitu observasi kunjungan kepada mitra untuk mengetahui permasalahan yang dihadapi UMKM. Saya mengambil solusi dengan melakukan beberapa program kerja untuk mengurangi permasalahan dari UMKM ini, adapun program kerjanya yaitu pelatihan digital marketing, pembuatan market place untuk mitra dan pembuatan logo produk.

Kata kunci: UMKM, E-marketing, Kuliah Kerja Nyata (KKN), Mitra, Pemasaran

Pendahuluan

Kuliah Kerja Nyata atau yang sering disebut dengan KKN merupakan sebuah kegiatan pengabdian yang dilakukan oleh kelompok mahasiswa kepada masyarakat (Dumasari, 2014). Kuliah Kerja Nyata (KKN) merupakan salah satu mata kuliah wajib yang ada di Prodi Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Kegiatan kuliah kerja nyata (KKN) ini bekerja sama dengan Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

UMKM merupakan usaha perdagangan yang dikelola oleh badan usaha atau perorangan yang merujuk pada usaha ekonomi produktif sesuai dengan kriteria yang ditetapkan oleh Undang- Undang 20 Tahun 2008. Tidak mudah menghadapi persaingan di pasar global saat ini karena produk UMKM akan bersaing dengan produk dari negara lain. Oleh karena itu, perkembangan UMKM tidak lepas dari kontribusi pembiayaan perbankan dan lembaga keuangan lainnya yang masih memiliki keterbatasan informasi tentang potensi UMKM dan layak secara komersial. Usaha, Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) mempunyai peran vital dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi di Indonesia. UMKM terbukti mampu bertahan di tengah krisis yang melanda Indonesia pada tahun 1997, dan bahkan sampai sekarang. Aries Musnandar (2012) mengatakan bahwa pada tahun 2011 UMKM menyumbang 56% dari total PDB di Indonesia.

Digital marketing merupakan pemasaran menggunakan aplikasi teknologi digital. Salah satu bentuk digital marketing yang menggunakan media elektronik atau internet adalah Internet Marketing (Electronic Marketing). E- marketing merupakan proses pemasaran yang menggunakan teknologi komunikasi elektronik, khususnya internet. Peran strategi pemasaran digital penting untuk mengikuti perkembangan teknologi digital dan untuk mengembangkan rencana untuk menarik dan mengarahkan konsumen ke konvergensi komunikasi elektronik dan tradisional (Chaffey, Chadwick, Mayer, dan Johnston, 2009). Strategi pemasaran digital dengan menggunakan media sosial menjadi penting karena dapat memberikan pengetahuan kepada para pelaku UMKM tentang cara dan tahapan memperluas jaringan konsumen mereka dengan menggunakan media sosial untuk memasarkan produknya sehingga dapat meningkatkan keunggulan kompetitif UMKM itu sendiri.

Kota Probolinggo merupakan salah satu kota yang ada di Jawa Timur, dengan Ibu Kotanya berada di Kota Surabaya. Kota Probolinggo memiliki berbagai jenis UMKM salah satunya yaitu produk siomay mini pedas milik Ibu Wiji Lestari yang berada di Jalan Kapten Patimura Gg. XII RT.08/RW08 Kecamatan Mayangan.

Mayangan merupakan salah satu kecamatan yang berada di utara Kota Probolinggo, Provinsi Jawa Timur, Indonesia. Kegiatan ekonomi wilayah kecamatan Mayangan selama ini masih di dominasi oleh sektor karyawan swasta tetapi tidak menutup kemungkinan untuk masyarakat wilayah kecamatan Mayangan mencukupi kebutuhannya dari sektor lainnya seperti, nelayan, pedagang, PNS , Guru, Karyawan Swasta, Pembantu Rumah Tangga, dan lainnya.

Kondisi sosial masyarakat di kecamatan Mayangan masih sangat kental dengan istilah adat istiadat daerah yang memiliki sifat kekeluargaan yang sangat erat. Kondisi sosial masyarakat yang berhubungan erat dengan etika dan budaya pedesaan dengan menjunjung tinggi sikap gotong-royong.

UMKM ini tergolong kedalam usaha yang masih merintis karena mitra hanya memproduksi produk dalam jumlah sedikit. Kendala dalam usaha ini yaitu belum mengenalnya strategi digital marketing, belum adanya logo produk serta kurang memiliki inovasi dalam mengembangkan usahanya. Strategi yang dapat dilakukan merupakan pemanfaatan penggunaan teknologi.

Metode

Kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) dilaksanakan menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Meurut Sudjana (2001) penelitian deskriptif bertujuan membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat. Sedangkan, pendekatan kualitatif merupakan pengumpulan data pada suatu latar alamiah yang dimana dimaksudkan menafsirkan fenomena yang terjadi dimana peneliti menjadi instrumen kunci (Anggitto dan Setiawan, 2018).

Adapun prosedur pengumpulan data dilakukan dengan metode observasi, interview (wawancara) dan dokumentasi. Berikut penjelasannya :

1. Metode Observasi, merupakan langkah awal menuju fokus perhatian lebih luas yaitu observasi partisipan, hingga observasi hasil praktis sebagai sebuah metode dalam kapasitasnya sendiri-sendiri. Observasi ini dapat dilacak pada

kemapanan akar teoretis metode interaksionis simbolik, karena dalam mengumpulkan data, peneliti sekaligus dapat berinteraksi dengan subjek penelitiannya (Denzin & Lincoln, 2009:524).

2. Metode interview (wawancara), merupakan proses komunikasi atau interaksi untuk mengumpulkan informasi dengan cara tanya jawab antara peneliti dengan informan atau subjek penelitian. Agar interview efektif, maka beberapa tahapan yang harus dilalui menurut (Yunus, 2010: 358) yaitu :

- a. Memperkenalkan diri
- b. Menjelaskan maksud kedatangan
- c. Menjelaskan materi wawancara
- d. Mengajukan pertanyaan

3. Metode dokumentasi, merupakan pengumpulan informasi atau data melalui foto dan video.

Hasil Dan Pembahasan

Hasil dan pembahasan dalam pelaksanaan kegiatan kuliah, kerja, nyata (KKN) ini meliputi :

Tahap persiapan

Kuliah Kerja Nyata atau yang sering disebut dengan KKN merupakan sebuah kegiatan pengabdian yang dilakukan oleh kelompok mahasiswa kepada masyarakat (Dumasari, 2014). Program KKN Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya biasanya dilakukan secara normal. Namun, dikarenakan adanya pandemi Covid-19 pada tahun ini, maka terdapat perbedaan yang cukup signifikan KKN dengan tahun sebelumnya sehingga sebagian besar proses dilakukan melalui media informasi secara online.

Hal yang pertama sebelum melakukan kegiatan KKN adalah observasi kunjungan kepada mitra pada tanggal 20 May 2022 untuk mengetahui permasalahan yang dihadapi UMKM. Kemudian mendiskusikan permasalahan mitra bersama Dosen Pembimbing Lapangan atas program kerja yang saya usulkan.

Setelah program kerja yang telah saya ajukan di validasi, saya langsung menyusun proposal kegiatan pelaksanaan KKN. Adapun program kerjanya yaitu pelatihan digital marketing, pembuatan market place untuk mitra dan pembuatan logo produk.

Tahap pelaksanaan

Kegiatan KKN dilaksanakan selama 12 hari terhitung dari tanggal 11 sampai 22 Juni 2022. Adapun tahapan pelaksanaan program kerja saya yaitu :

- a. Pada tanggal 11 Juni 2022 melakulan perizinan kepada ketua RT/RW setempat dengan memberikan surat pengantar serta proposal kegiatan pelaksanaan. Saya juga memaparkan program kerja yang akan dilakukan selama 12 hari.
- b. Menyiapkan materi sosialisasi pelatihan digital marketing pada masyarakat RT 08/RW 08 kecamatan Mayangan Kota Probolinggo.

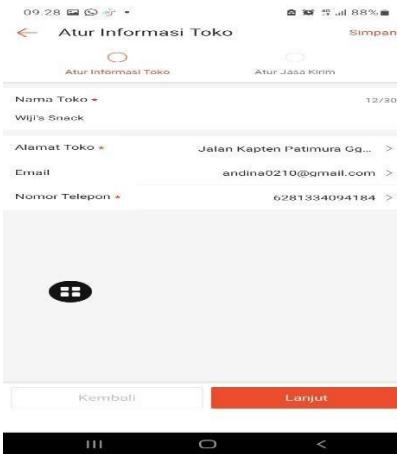
Materi ini akan disampaikan pada mitra guna memperdalam pemahaman mengenai pentingnya digitalisasi marketing. Dalam menyiapkan materi sosialisasi, saya juga berdiskusi dengan narasumber agar mendapat hasil yang maksimal.

- c. Kegiatan sosialisasi pelatihan digital marketing pada masyarakat RT 08/RW 08 Kecamatan Mayangan Kota Probolinggo via online.



Dalam kegiatan sosialisasi ini menjelaskan arti pentingnya digital marketing untuk para pelaku UMKM. Serta terdapat narasumber yang menjadi pembicara utama dalam pelatihan digital marketing agar dapat menginovasi mitra.

- d. Pembuatan market place untuk mitra sebagai upaya digitalisasi pemasaran produk.



Disini saya memberikan arahan kepada mitra untuk membuat market place. Yang dimana dimulai dari pemberian nama market place, harga produk, metode pembayaran dan jasa kirim yang digunakan. Pembuatan dan pelatihan market place ini diimulai dari mendaftarkan bisnis, memposting produk, menambahkan informasi- informasi penting, dan berinteraksi dengan konsumen. (Awali & Rohmah, 2020). Market place yang dipilih mitra merupakan aplikasi Shopee.

- e. Diskusi mengenai inovasi pada mitra mengenai produk

Dalam kegiatan ini, saya menginovasi mitra dengan melakukan pembuatan logo serta brosur untuk produk. Dimulai dari pemilihan background dan isi dari logo tersebut.

- f. Persiapan pembelian bahan produksi.



Dalam proses pembelian bahan- bahan yang diperlukan saya mengunjungi pasar yang berada di Kota Probolinggo. saya belanja semua keperluan untuk proses produksi usaha mitra. Salah satunya yaitu standing pouch plastic, kulit pangsit, timbangan digital dan tepung tapioka.

- g. Proses kegiatan dari produksi, pengemasan hingga penempelan label produk.



Adapun kegiatan yang dilakukan yaitu mempersiapkan semua bahan yang telah dibeli, melakukan proses produksi siomay mini pedas bersama mitra, melakukan proses pengemasan produk siomay mini pedas bersama mitra serta setelah proses pengemasan, saya bersama mitra menempelkan logo pada produk yang sebelumnya telah dibuat. Penempelan logo pada produk dimaksudkan agar dapat mudah dikenal oleh masyarakat luas.

- h. Pemanaatan market place dengan mengunggah foto produk sebagai upaya digitalisasi pemasaran produk.

Dalam kegiatan ini saya mengarahkan mitra untuk mengambil gambar produk lalu mengunggah di market place yang telah dibuat.

- i. Pendampingan penjualan offline dan pembagian brosur promosi kepada masyarakat sebagai penunjang peningkatan penjualan offline.



Dalam kegiatan ini saya membagikan brosur produk mitra guna untuk peningkatan penjualan offline dan pengenalan produk mitra.

- j. Survei tingkat kepuasan inovasi Siomay Mini Pedas kepada konsumen dan masyarakat sekitar

Dalam kegiatan ini saya melakukan survei tingkat kepuasan pembeli terhadap produk mitra. Saya melihat hasil testimoni pelanggan yang telah memberikan penilaian pada produk siomay mini pedas.

- k. Evaluasi inovasi produksi dan digitalisasi pemasaran produk Siomay Mini Pedas bersama dengan mitra.



Dalam kegiatan ini saya berbincang dengan mitra mengenai bagaimana produk setelah diberi inovasi (pembuatan logo) dan cara digitalisasi pemasarannya (pembuatan market place). Tujuannya yaitu untuk mengetahui tingkat keberhasilan serta mencari solusi terbaik dari kendala yang dihadapi mitra dalam jangka waktu tertentu. Hasil dari evaluasi ini dijadikan sebagai bahan dalam menyusun strategi untuk menentukan arah bisnis mitra di kemudian hari.

- l. Penutupan kegiatan KKN dan pemberian cinderamata kepada mitra.



Dalam perpisahan ini merupakan suatu kegiatan yang saya lakukan diakhir kegiatan pelaksanaan KKN sebagai media untuk berterimakasih atas segala dukungan dan bantuan serta partisipasi terhadap seluruh program yang saya lakukan. Saya juga memberikan cindera mata pada Ibu Wiji Lestari (Pemilik Mitra Siomay Mini Pedas). Tujuannya yaitu sebagai pengingat dan menjadi bukti bahwa saya pernah datang dan melaksanakan kegiatan kkn di tempat usaha mitra.

Kesimpulan

Kuliah Kerja Nyata (KKN) merupakan salah satu mata kuliah wajib yang ada di Prodi Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Dimana harus ditempuh melalui program yang telah saya rancang yaitu "Upaya Pendampingan dan Peningkatan Pendapatan UMKM melalui Pelatihan Digital Marketing pada Usaha Siomay Mini Pedas Kota Probolinggo".

Dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian, mendapat respon positif dari pemilik mitra, ketua RT/RW, serta masyarakat setempat. Mitra merasa sangat terbantu dan mendapatkan inovasi baru atas program kerja yang telah saya lakukan.

Setelah kegiatan yang telah saya lakukan hingga akhir, diharapkan dapat memberikan manfaat dan pembelajaran serta menjadi acuan dalam meningkatkan pendapatan mitra.

Ucapan Terima Kasih

Dengan telah dilaksanakannya kegiatan kuliah kerja nyata (KKN) melalui program "Upaya Pendampingan dan Peningkatan Pendapatan UMKM melalui Pelatihan Digital Marketing pada Usaha Siomay Mini Pedas Kota Probolinggo" penulis berharap semoga kegiatan dapat memberikan kebermanfaatan kepada mitra yang terlibat sehingga menambah pengetahuan terkait digital marketing. Kegiatan ini dapat berjalan sesuai dengan yang diharapkan berkat dukungan dan bantuan dari berbagai pihak.

Oleh karena itu pada kesempatan kali ini, saya selaku penulis menyampaikan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan kemudahan, perlindungan serta kelancaran-Nya selama kegiatan berlangsung.
2. Orang tua saya yang telah memberikan semangat dan motivasi tiada henti.
3. Prof. Dr. Mulyanto Nugroho, MM., CMA., CPA. Selaku rektor Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
4. Bapak Aris Heri Andriawan, S.T., M.T. Selaku ketua LPPM Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

5. Bapak Dheny Jatmiko, S.Hum., MA. Selaku Ketua Pelaksana program kegiatan Kuliah Kerja Nyata Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
6. Bapak Wahyu Kuncoro, S. T., M.Med.Kom. Selaku Dosen Pembimbing Lapangan (DPL).
7. Ketua RT 08/RW 08 Kecamatan Mayangan Kelurahan Mangunharjo Kota Probolinggo.
8. Ibu Wiji Lestari selaku pemilik mitra Siomay Mini Pedas Kota Probolinggo.
9. Masyarakat setempat RT 08/RW 08 Kecamatan Mayangan Kelurahan Mangunharjo Kota Probolinggo.
10. Teman saya Fahmi Zha Sadam selaku support system dan sie dokumentasi selama kegiatan berlangsung.

Daftar Pustaka

- Anggito, A., dan Setiawan, J. 2018. Metodologi Penelitian Kualitatif. Sukabumi: CV Jejak.
- Dirman, A., & Wahyuni, P. D. (2020). Pelatihan Pengembangan Kreasi Dalam Hal Packaging Produk Sebagai Strategi Marketing Pada Usaha Kecil dan Menengah di Kelurahan Kembangan Selatan. BERDAYA: Jurnal Pendidikan dan Pengabdian Kepada Masyarakat, 2(3), 141.
- Dumasari. (2014). Dinamika Pengembangan Masyarakat Partisipatif. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Michael, T., & Narulita, L. F. (2022, August). PEMBUATAN VIDEO UNTUK PROMOSI PARIWISATA PULAU MANDANGIN. In *PSHPM: Prosiding Seminar Hasil Kegiatan Pengabdian Masyarakat* (Vol. 1, No. 1, pp. 258-261).