

UPAYA PENGOPTIMALAN UMKM DALAM MENGHADAPI ERA PEMASARAN DIGITAL TERHADAP UMKM JAMU TOMBO ROGO DUSUN TRECEH KECAMATAN PACET KABUPATEN MOJOKERTO

Lutfi Agung Swarga, S.T., M.T.
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Email: lutfiagung@untag-sby.ac.id

Abdul Rouf
Administrasi Negara, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Email: roupabdurr@gmail.com

Septian Dita Pradita
Administrasi Niaga, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Email: septiandiftaa@gmail.com

Ananda Meisya Hibatin
Rahman
Ilmu Komunikasi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Email: anandameisyaaer@gmail.com

Abstrak

Dusun Treceh merupakan sebuah Dusun yang berada di Kabupaten Mojokerto yang terkenal dengan banyak UMKM tradisionalnya salah satunya yaitu “Jamu Tombo Rogo”. Rasa rempah yang khas dan manfaat sebagai bahan utamanya membuat minuman ini sangat digemari. Tuntutan ekonomi membuat masyarakat Dusun Treceh mencoba peruntungan dalam mengikuti persaingan pasar dengan membuat dan memasarkan produk lain untuk bertahan di tengah tekanan ekonomi. Salah satu UMKM di Dusun Treceh ini melakukan sesuatu yang berbeda: salah satu dari sekian banyak usaha mikro dan kecil yang dapat menunjang perekonomian masyarakat kecil dan tetap setia serta terus mengelola dan memproduksi dengan tetap menjaga cita rasa. Ada kendala dalam memasarkan produk tersebut, apalagi di era digitalisasi saat ini. Akibatnya, UMKM membutuhkan bantuan dalam menjalankan usahanya. Mahasiswa KKN R17 Kelompok 2 Sosial Pendidikan dalam kegiatan KKN ini memberikan solusi dengan memberikan pengabdian kepada pemilik UMKM “Jamu Tombo Rogo” dan pelatihan mengenai pembuatan *Website* dan mengaktifkan Google Maps dalam pemasaran digital.

Kata Kunci: UMKM Lokal, Media Sosial, Pemasaran Digital.

Abstract.

Trecek Hamlet is a hamlet in Mojokerto Regency which is famous for its many traditional MSMEs, one of which is "Jamu Tombo Rogo". The distinctive spice taste and benefits of being the main ingredient make this drink very popular. Economic demands make the people of Trecek Hamlet try their luck in following market competition by making and marketing other products to survive amidst economic pressures. One of the MSMEs in Trecek Hamlet is doing something different: one of the many micro and small businesses that can support the economy of small communities and remain loyal and continue to manage and produce while maintaining taste. There are obstacles in marketing these products, especially in the current era of digitalization. As a result, MSMEs need help in running their businesses. KKN R17 Group 2 Social Education students in this KKN activity provided a solution by providing service to MSME owners "Jamu Tombo Rogo" and training on creating websites and activating Google Maps in digital marketing.

Keywords: Local UMKM, Social Media, Digital Marketing.

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) mempunyai peran penting sebagai penopang perekonomian nasional. Bagaimana tidak, pada krisis ekonomi yang terjadi di Indonesia pada tahun 1997 hingga 1998, sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) masih tetap kokoh berdiri disaat berbagai usaha gugur berjatuh. Eksistensi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang tetap kokoh berdiri, dapat dibuktikan dengan, Pertama, pada dasarnya Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) menghasilkan barang atau jasa yang sangat erat dengan kebutuhan masyarakat, sebagai contoh warung makan yang menyediakan berbagai jenis makanan. Kedua, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memanfaatkan sumber daya lokal, baik itu sumber daya manusia, bahan baku, maupun alat yang digunakan. Ketiga, umumnya modal yang digunakan oleh pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) relatif rendah. Meskipun peran dan kontribusi UMKM sangat besar terhadap perekonomian nasional, namun masih terdapat tantangan UMKM untuk tumbuh dan berkembang. Salah satu tantangan yang dihadapi adalah tentang pemasaran. Sebagaimana yang dialami oleh para pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Dusun Trecek, permasalahan yang ditemukan setelah dilakukan survei oleh penulis adalah permasalahan terkait pemasaran. Mereka cenderung masih menggunakan cara konvensional dalam pemasaran produknya, contohnya masih berjualan di rumah saja, sehingga kurang menjangkau banyak pelanggan dan mayoritas juga tertinggal dengan kompetitor lain. Sebagian besar para pelaku usaha juga masih asing dengan teknologi digital yang berkembang. Padahal di era kemajuan teknologi saat ini yang begitu kompleks, masyarakat khususnya para pelaku usaha sudah diharuskan untuk beradaptasi dan mengikuti perkembangan yang ada, tentunya agar tidak tertinggal dan dapat memperkuat serta meningkatkan kualitas usahanya. Dengan adanya teknologi digital ini banyak membantu berkembangnya Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), seperti meningkatkan produktivitas dan efisiensi jalannya bisnis, serta optimalisasi pemasaran digital marketing dan kemudahan distribusi. Oleh karena itu dalam kegiatan pengabdian KKN R-17 Sosial Pendidikan kelompok 2 Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya ini penulis berupaya untuk memberdayakan para pelaku UMKM yang berada di Dusun Trecek khususnya UMKM "Jamu Tombo Rogo". Tulisan ini dibuat dengan mengacu pada beberapa kajian literatur terdahulu mengenai

upaya pemberdayaan masyarakat dengan mengaplikasikan metode *Participatory Rural Appraisal (PRA)*. Tetapi antara literatur terdahulu dengan tulisan ini memiliki perbedaan yang mana perbedaan tersebut menjadi suatu kebaruan dari penelitian ini. Dalam penelitian terdahulu lebih berfokus pada pemberdayaan sebuah program pelatihan sedangkan dalam tulisan ini penulis lebih berfokus pada pemberdayaan masyarakat dengan menggunakan media digital pembuatan *Website* dan Pengaktifan *Google Maps*.

METODE PELAKSANAAN

Dalam rangka kegiatan pengabdian kepada masyarakat Dusun Treceh, Mahasiswa KKN R-17 kelompok 2 Sosial Pendidikan akan mengadopsi metode pendampingan pembuatan *Website* dan Pengaktifan *Google Maps* UMKM “Jamu Tombo Rogo”. Rincian lebih lanjut dapat ditemukan dalam tabel berikut:

No	Rencana Kegiatan	Indikator
1.	Pra-pembuatan dan Persiapan	<ul style="list-style-type: none"> • Identifikasi kebutuhan dan kondisi UMKM “Jamu Tombo Rogo” di Dusun Treceh • Mengumpulkan informasi dan sumber daya tentang “Jambu Tombo Rogo” dan manfaatnya. • Mempersiapkan alat dan kebutuhan untuk pembuatan <i>Website</i> dan pengaktifan <i>Google Maps</i>.
2.	Melakukan Sosialisasi	<ul style="list-style-type: none"> • Mensosialisaikan kepada pemilik UMKM “Jamu Tombo Rogo”
3.	Pelatihan	<ul style="list-style-type: none"> • Melakukan sesi pelatihan mengenai pembuatan <i>Website</i> dan pengaktifasian <i>Google Maps</i>, dan cara pengaturannya. • Meberikan kesempatan kepada pemilik UMKM “Jamu Tombo Rogo” untuk mencoba langsung mengatur dan mengoperasikan <i>Website</i>.
4.	Praktek	<ul style="list-style-type: none"> • Membantu pemilik UMKM “Jamu Tombo Rogo” dalam mengimplementasikan <i>Website</i> secara mandiri.
5.	Evaluasi dan Pemantauan	<ul style="list-style-type: none"> • Mengevaluasi hasil dan efektivitas

		<p>penerapan pemasaran di <i>Website</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Melakukan pemantauan lanjutan untuk memberikan dukungan tambahan dan memastikan kelangsungan program.
--	--	--

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dari pengabdian dari Kelompok 2 Sosial Pendidikan R-17 Kecamatan Pacet, dalam Upaya Pengoptimalan UMKM Dalam Menghadapi Era Pemasaran Digital Terhadap UMKM Jamu Tombo Rogo Dusun Treceh Kecamatan Pacet Kabupaten Mojokerto yang kami lakukan di uraikan sebagai berikut:

1. Koordinasi dengan Pemilik UMKM “Jamu Tombo Rogo” yang bernama Bapak Soleh dan Ibu HJ. Jumiati pada hari Senin, 15 Januari 2024 Jam 14.00 WIB dan mendatangi langsung ke rumah pemilik UMKM “Jamu Tombo Rogo” dan melihat langsung produk yang di hasilkan dan proses pembuatannya.

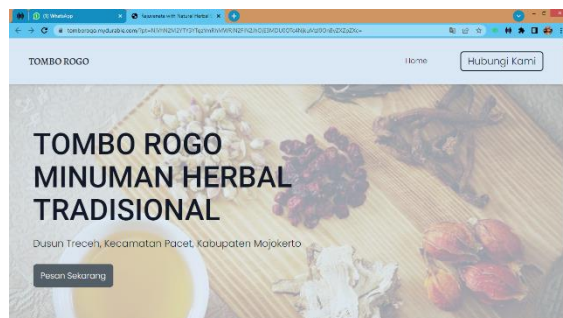


Gambar 1 Koordinas bersama pemilik UMKM Jamu



Gambar 2 Foto Produk Jambu Tombo Rogo

2. Pembuatan *Website* dan Pengaktivasian *Google Maps* terhadap UMKM “Jamu Tombo Rogo” pada hari Rabu 17 Januari 2024 Jam 19.00 WIB dan selesai pembuatan pada Jam 00.00 WI
3. Pengetesan *Website* UMKM “Jamu Tombo Rogo” bersama Bapak Agung selaku anggota LPPM Untag Surabaya yang berkenan hadir saat sosialisasi di Balai Desa Sajen pada hari Sabtu, 20 Januari 2024 Jam 10.00 WIB



Gambar 3 Website Jamu Tombo Rogo

4. Terakhir, kegiatan pengabdian ditutup dengan memberikan hasil pembuatan *Website* dan pengaktifasian *Google Maps* kepada pemilik UMKM “Jamu Tombo Rogo” dan setelah itu berfoto bersama dan pengabdian ini diharapkan bermanfaat bagi pemasaran UMKM “Jamu Tombo Rogo” Dusun Treceh.

SIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat dengan judul “Upaya Pengoptimalan UMKM Dalam Menghadapi Era Pemasaran Digital Terhadap UMKM Jamu Tombo Rogo Dusun Treceh Kecamatan Pacet Kabupaten Mojokerto” yang dilakukan adalah di era modern sekarang ini, para pelaku UMKM khususnya “Jamu Tombo Rogo” dapat memanfaatkan digital marketing sebagai salah satu upaya dalam mempromosikan produk yang mereka tawarkan sehingga banyak konsumen yang lebih mengenal produk mereka. Dengan memanfaatkan digital marketing bagi pelaku UMKM “Jamu Tombo Rogo” untuk memasarkan produknya secara *Online/Digital* sehingga lebih efektif dalam pemasarannya.

UCAPAN TERIMA KASIH

Dalam penyusunan artikel ilmiah ini penulis mendapatkan bantuan dari berbagai pihak, oleh sebab itu penulis ingin mengungkapkan rasa terima kasih kepada:

1. Bapak Kepala Desa Sajen, Kecamatan Pacet, Kabupaten Mojokerto
2. Bapak Soleh dan Ibu HJ. Jumiati selaku pemilik UMKM “Jamu Tombo Rogo”
3. Bapak Lutfi Agung Swarga S.T., M.T. selaku Dosen Pembimbing Lapangan di Desa Sajenl, Kecamatan Sajen, Kabupaten Mojokerto
4. Teman-teman kelompok pengabdian Masyarakat di Desa Sajen yang selalu mendukung kegiatan kelompok 2 Sosial Pendidikan R-17.

DAFTAR PUSTAKA

- Istanti, E. dan Sanusi. 2021. Program Pengembangan Pemasaran UMKM di Desa Kedungrejo, Kecamatan Jabon Melalui Media Sosial. *Jurnal Pengabdian LPPM Untag Surabaya*, 6(1): 10-17.
- Prasetya, A.J., Laksono, Y.T. dan Hidayat, W. 2020. Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) Pengembangan Marketing Website dan Desain pada UKM BUMI CIPTA SEJAHTERA, Surabaya, *Jurnal Pengabdian LPPM Untag Surabaya*, 5(1): 92-98.
- Purwanti, S., Nurlina. dan Gunawan, B. 2019. Implementasi Teknologi Kreatif dalam Mewujudkan UMKM Produktif Melalui Program Kemitraan Masyarakat (PKM) (Kelurahan Kertajaya, Kecamatan Gubeng, Kota Surabaya). *Jurnal Pengabdian LPPM Untag Surabaya*, 4(1): 49-54.
- Romadhan, M.I. 2017. Media Sosial Ssebagai Ssarana Promosi Potensi Desa. *Jurnal Pengabdian LPPM Untag Surabaya*, 2(2): 84-93.

Sholihah, N.H. dan Ahmad, M.J. 2022. Pendampingan UMKM Dalam Pengembangan dan Pemasaran Produk “TAHU TEK” di Era Teknologi Modern. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2): 91-94.