

STRATEGI PENGEMBANGAN PRODUK UMKM KUE BANJAR SEDAP RASA KABUPATEN JOMBANG MELALUI PENERAPAN DIGITAL MARKETING

Hasna Hamida Alifia Ar-Rasyi¹, Agus Hermawan²

¹⁾Program Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Malang, Indonesia
e-mail: hasna.hamida.2304138@students.um.ac.id¹, agus.hermawan.fe@um.ac.id²

Abstrak

Perkembangan bisnis UMKM saat ini telah berpindah dari sistem konvensional ke sistem digital marketing menjadi peluang yang tepat untuk perkembangan di Indonesia. Namun, pada kondisinya saat ini masih terdapat pelaku usaha yang kurang memahami digital marketing dan kurangnya kesadaran masyarakat atau pengusaha untuk memanfaatkan media digital sebagai sarana untuk mengembangkan kegiatannya. Digital marketing adalah strategi pemasaran yang diterapkan menggunakan platform digital dan Internet untuk mencapai tujuan bisnis. Tujuan dari pengabdian masyarakat ini adalah untuk mengembangkan dan menerapkan digital marketing pada produk UMKM Kue Banjar Sedap Rasa yang terletak di Dusun Cangakrejo, Desa Sumber Nongko, Kec. Ngusikan, Kabupaten Jombang, Jawa Timur, yang bergerak di bidang usaha aneka kue kering sudah berdiri sejak tahun 1990. Adanya pelatihan melalui marketplace, branding di sosial media, mengoptimalkan pemasaran produk Kue Banjar Sedap Rasa akan terus berkembang, jangkauan pemasaran lebih luas dan meningkatkan profitabilitas pada UMKM Kue Banjar Sedap Rasa.

Kata kunci: Community Servis, UMKM, Pelatihan, Digital Marketing, Pengabdian Masyarakat

Abstract

The current development of MSME businesses has shifted from conventional systems to digital marketing systems to be the right opportunity to be developed in Indonesia. However, in its current condition, there are still business actors who do not understand digital marketing and the lack of public awareness or entrepreneurs to utilize digital media as a means to develop their activities. Digital marketing is a marketing strategy that is implemented using digital platforms and the internet to achieve business goals. The purpose of this community service is to develop and apply digital marketing to the products of the UMKM Kue Banjar Sedap Rasa located in Cangakrejo Hamlet, Sumber Nongko Village, Ngusikan District, Jombang Regency, East Java, which is engaged in various pastries that have been established since 1990. The existence of training through the marketplace, branding on social media, optimizing the marketing of Kue Banjar Sedap Rasa products will continue to grow, wider marketing reach and increase profitability at UMKM Kue Banjar Sedap Rasa.

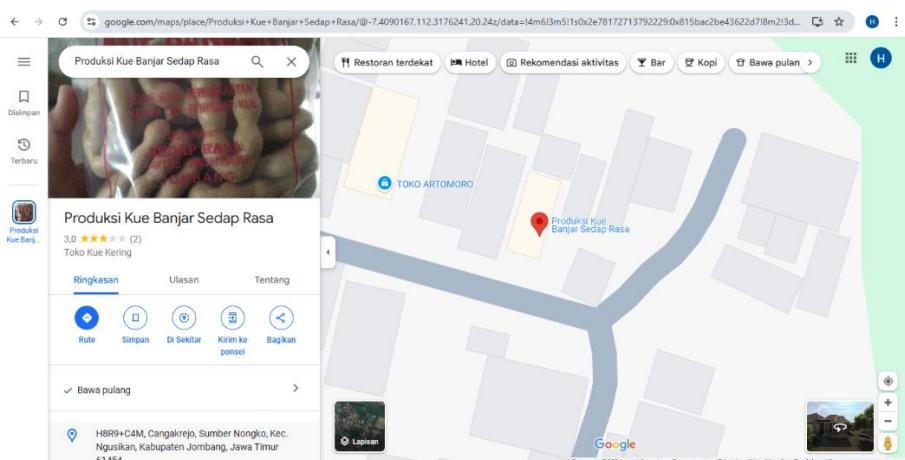
Keywords: Community Services, MSMEs, Training, Digital Marketing, Community Service

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peranan yang penting di dalam perekonomian suatu negara. Penggolongan usaha UMKM dilaksanakan berdasarkan kriteria yang ditetapkan di Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008, dimana usaha dikategorikan berdasarkan kekayaan bersih (termasuk tanah dan bangunan) dan hasil penjualan tahunan. Berdasarkan data yang dikeluarkan oleh Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia mengenai Perkembangan Data Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dan Usaha Besar (UB) pada tahun 2018, terdapat 64,2 juta pelaku UMKM, dimana angka ini meraup pangsa sebesar 99.9% dari jumlah pelaku usaha yang ada di Indonesia. Selain itu, daya serap tenaga kerja dari UMKM adalah sekitar 117 juta, atau meraup pangsa sebesar 97% dari total daya serap tenaga kerja dunia usaha di Indonesia. Berdasarkan data tersebut, UMKM di Indonesia memiliki kontribusi yang sangat besar di dalam perluasan kesempatan kerja dan penyerapan tenaga kerja. Hadirnya UMKM mampu menekan jumlah angka pengangguran dan kemiskinan, sehingga dapat meningkatkan taraf perekonomian dan kesejahteraan masyarakat Indonesia. UMKM memiliki kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) atas dasar harga berlaku sebesar Rp. 8,573,9 triliun atau sebesar 61.1% dari total PDB. Sedangkan untuk sisa 38.9% disumbangkan oleh pelaku usaha besar (Kemenkop UKM, 2018). Pemerintah menyadari akan besarnya potensi UMKM terhadap pertumbuhan perekonomian Indonesia.(Sitanggang et al., 2022)

Pada tahun 2023, jumlah Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Jombang adalah 13.128 unit. Jumlah ini mengalami peningkatan dari tahun 2022 yang hanya 9.061 unit, dan 2021 yang berjumlah 6.375 unit. UMKM di Jombang tersebar di berbagai bidang usaha, seperti agrobisnis, perdagangan, otomotif, kerajinan, fashion, hingga makanan dan minuman. UMKM memberikan kontribusi besar bagi perekonomian daerah. Di Indonesia, UMKM dikenal sebagai tulang punggung perekonomian. Pada tahun 2023, ada sekitar 66 juta pelaku UMKM di Indonesia.

Salah satu UMKM yang terkenal pada wilayah Jombang yaitu UMKM Kue Banjar Sedap Rasa yang beralamatkan Dusun Cangakrejo, Desa Sumber Nongko, Kec. Ngusikan, Kabupaten Jombang, Jawa Timur 61454 dikelola oleh Bapak Rianto dan Ibu Sulistyowati dengan 4 karyawannya merupakan UMKM home industry makanan ringan yang dijadikan pilihan dan camilan masyarakat saat kapanpun dan dimanapun. Dengan kemasan dan daya tahan yang cukup lama membuat kue kering banyak diminati masyarakat luas baik anak-anak, dewasa, maupun lansia. Dengan banyaknya minat dan kebutuhan masyarakat membuat produk rumahan seperti kue kering ini menjadi potensi usaha rumahan yang cukup menjanjikan. Peluang usaha ini juga memiliki kelebihan dan kekurangan yang patut dipertimbangkan. Selain mudah dan dapat dibuat sebagai usaha rumahan sampingan, usaha ini juga dapat memberikan keuntungan dikala hari-hari besar menjelang. Seperti pada saat Hari Raya Idul Fitri, Hari Natal, dan hari-hari besar lainnya. Bisa juga digunakan sebagai hampers, camilan, dan oleh-oleh. Beberapa Tempat distribusi UMKM Kue Banjar di Kabupaten Jombang yaitu Toko Ditasani, Surya Indah, Pasar Pon Jombang, Selain itu UMKM Kue Banjar telah mengikuti event seperti Pameran PKK didesa sumber nongko, Duta Lingkungan dan Event GukYuk Kabupaten Jombang. Lokasi UMKM Kue Banjar secara rinci dan jelas ditunjukkan pada gambar :



Gambar 1. Lokasi Pengabdian Kepada UMKM Kue Banjar H8R9+C4M, Cangakrejo, Sumber Nongko, Kec. Ngusikan, Kabupaten Jombang, Jawa Timur 61454.

Adapun profil usaha UMKM Kue Banjar Sedap Rasa sebagai berikut :

Nama Usaha	: Kue Banjar Sedap Rasa UD Elis Jaya
Bentuk Usaha	: Home Industri/Perseorangan
Jenis Usaha	: Kue Kering
Nama Pemilik	: Bapak Rianto dan Ibu Sulistyowati
Tahun Berdiri	: 5 Juli 1995
Alamat : Dusun Cangakrejo, Desa Sumber Nongko, Kec. Ngusikan, Kabupaten Jombang, Jawa Timur 61454	
No. Telepon	: 0857-3010-9086
E-Mail	: elisjayasumbernongko@gmail.com
Sertifikat Halal	: ID35110008023120723
NIB	: 050723018718

Pada aspek pemasaran, UMKM Kue Banjar Sedap Rasa belum memiliki pengetahuan mengenai cara memanfaatkan e-commerce sebagai platform untuk melakukan aktivitas penjualan dan pemasaran. Selain itu, media sosial seperti Instagram yang digunakan sebagai tempat untuk melakukan pemasaran tidak dimanfaatkan secara maksimal, dikarenakan minimnya pengetahuan mitra usaha untuk membuat konten-konten kreatif dan interaktif. di media sosial. Hal ini disebabkan karena mitra usaha belum memiliki ilmu mengenai cara memanfaatkan fitur iklan untuk meningkatkan eksposur

dan brand awareness. Tujuannya agar produknya lebih menarik dan sistem pemasarannya lebih luas lagi dalam hal cakupan target dan pasarnya. Dengan adanya program ini diharapkan mitra bisa memiliki inovasi produk lebih lanjut dan dapat memanfaatkan media elektronik dalam pemasarannya sehingga profit yang didapatkan bertambah(Fauziah et al., 2023)

Digital marketing memudahkan promosi penjualan, seperti penggunaan media sosial yang banyak digunakan oleh para pemasar. Pemasaran melalui digital marketing jangkaunya akan luas dan biaya akan lebih murah. Keberadaan media sosial menjadi sarana bagi konsumen yang dapat digunakan untuk menyebarkan informasi baik berupa teks, gambar, audio, dan video dengan banyak pihak baik antar perusahaan kepada konsumen atau konsumen pada perusahaan

Dalam Jurnal pengabdian Masyarakat ini adalah bertujuan untuk melibatkan UMKM Kue Banjar Sedap Rasa untuk secara aktif memberikan solusi praktis dan berkelanjutan kepada bisnis lokal untuk menggunakan strategi pemasaran yang efektif untuk mengubah citra mereka dan meningkatkan daya saing bisnis mereka. Peneliti memaparkan Langkah langkah yang dilakukan untuk mengimplementasikan proyek ini, meliputi penelitian awal, analisis kebutuhan UMKM, pengembangan strategi pemasaran yang tepat, serta implementasi dan evaluasi Diharapkan temuan penelitian ini dapat memberikan kontribusi nyata bagi perkembangan UMKM Kue Banjar Sedap Rasa serta memberikan pengetahuan dan bimbingan kepada para peneliti, profesional industri dan pemerintah untuk menyusun strategi pemasaran yang efektif bagi sektor UMKM.

METODE

Metode pengabdian UMKM yang digunakan dalam pelaksanaan kegiatan PWM (Pengembangan Wawasan Manajerial) UMKM Kue Banjar Sedap Rasa yang beralamatkan Dusun Cangkrejo, Desa Sumber Nongko, Kec. Ngusikan, Kabupaten Jombang, Jawa Timur , Penulis melakukan survei dengan cara mengunjungi lokasi usaha UMKM dan melakukan wawancara langsung dengan pemilik usaha. Hasil survei ini digunakan untuk menentukan program yang akan dilaksanakan, serta pelaksanaan dari program-program yang telah dibuat. Adapun tahapan-tahapan kegiatan dalam pendampingan UMKM Kue Banjar Sedap Rasa dapat dijabarkan sebagai berikut :

1. Investigasi Awal dan Observasi

Proses investigasi dan observasi awal di lokasi kegiatan dilakukan dengan mewawancara pemilik UMKM. Hasil wawancara dengan pemilik UMKM direcord dengan menggunakan ponsel dan sebagian dicatat secara manual pada formulir yang telah disiapkan.

2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan hasil diskusi dan pengamatan secara langsung di lapangan dapat dilakukan identifikasi permasalahan yang dihadapi oleh UMKM. Permasalahan-permasalahan yang telah disampaikan oleh pihak UMKM maupun yang dilihat sendiri oleh tim pengabdian kepada masyarakat akan disusun berbagai alternatif solusi sebagai langkah kerja yang akan dilakukan selama kegiatan pendampingan berlangsung.

3. Penyusunan Rencana Kerja

Rencana kerja dalam pelaksanaan kegiatan pendampingan UMKM Kue Banjar Sedap Rasa di wilayah Desa sumber Nongko, Kecamatan Ngusikan , Kabupaten Jombang. Dilakukan melalui kegiatan sosialisasi dan pelatihan. Kegiatan tersebut akan silakukan selama kurang lebih 3 bulan. Pendampingan dilakukan melalui 2 metode yaitu online dan offline.

4. Sosialisasi dan Pelatihan

Mensosialisasikan upaya-upaya penyelesaian masalah berupa sistem pemasaran online yang saat ini dirasa lebih efektif dan repackaging agar dapat menarik minat konsumen dan bentuk sharing terkait pengembangan produk berbasis olahan kue juga dilakukan untuk dapat meningkatkan penjualan UMKM.

5. Pengembangan Pemasaran

Sebagai salah satu kegiatan manajemen usaha, pemasaran secara online juga dimaksudkan untuk meningkatkan penjualan, sehingga pendapatan usaha juga meningkat . Kegiatan awal yang dilakukan adalah menjelaskan pada UMKM terkait pilihan strategi pemasaran online apa saja yang dapat dilakukan oleh UMKM, seperti menggunakan media sosial, aplikasi e commerce dan Pembuatan Desain banner, dan papan plang toko dilakukan untuk meningkatkan daya tarik brand kue banjar sedap rasa kepada para konsumen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Diskusi Awal

Proses diskusi awal dilakukan saat tim pengabdian melakukan survei atau kunjungan pertama kali ke lokasi UMKM Kue Banjar. Kegiatan diskusi interaktif dilakukan oleh tim pengabdian Universitas Negeri Malang (UM) dengan pemilik UMKM Kue Banjar. Sejumlah alternatif pemecahan solusi disampaikan oleh tim pengabdian kepada pemilik UMKM. Hasil dari diskusi ditindaklanjuti oleh tim pengabdian dalam bentuk rencana kerja. Program rencana kerja pendampingan yang telah disusun akan dilaksanakan selama kurang lebih 3 bulan.



Gambar 2. Kegiatan Diskusi dengan owner UMKM Kue Banjar Sedap Rasa

2. Sosialisasi dan Pelatihan

Tim pengabdian mengadakan kegiatan sosialisasi kepada pemilik UMKM Kue Banjar Sedap Rasa dibagi menjadi 3 topik yang berbeda. Sosialisasi yang dilakukan merupakan transfer pengetahuan tentang informasi & teknologi, repackaging, dan pengembangan produk. Kegiatan tersebut dilakukan secara bersamaan pada saat tim pengabdian melakukan kunjungan ke lokasi pengabdian. Penyampaian pengetahuan tentang informasi dan teknologi diharapkan dapat menambah wawasan pemilik UMKM dalam melakukan pemasaran secara online. Kegiatan ini ditunjang dengan adanya pembuatan akun instagram UMKM Kue Banjar Sedap Rasa. Sementara penyuluhan tentang repackaging dilakukan sebagai upaya dalam memperbaiki kemasan dan menarik minat konsumen. Proses penyampaian informasi terkait pengolahan produk sebagai bentuk pemecahan masalah dalam meningkatkan nilai ekonomi yang ada di Desa Sumber Nongko, Kecamatan Ngusikan, Kabupaten Jombang.

3. Pendampingan Pengembangan Pemasaran

Tim pengabdian memberikan wawasan kepada pemilik UMKM Kue Banjar Sedap Rasa bahwa Strategi promosi pemasaran produk UMKM Kue Banjar Sedap Rasa dilakukan secara online dan offline. Pemasaran secara online dilakukan melalui media sosial dan market place, sedangkan pemasaran secara offline dilakukan dengan target wilayah local (Masyarakat kabupaten Jombang) dan pelanggan yang akan langsung datang ke lokasi untuk melakukan pemesanan. Pendampingan pembuatan desain ulang daftar menu dilakukan dengan 2 (dua) langkah, yaitu dengan melakukan foto produk kemudian melakukan desain daftar menu. Target dari kegiatan pendampingan ini adalah dengan adanya produk foto dari UMKM Kue Banjar Sedap Rasa meningkatkan kemampuan serta pengetahuan dari pengelola usaha terkait komunikasi visual dan foto produk untuk keperluan promosi dan pemasaran. Hasil foto dari produk termasuk dalam kategori commercial ads karena foto produk makanan akan digunakan untuk keperluan promosi dalam bentuk buku menu, promosi di media sosial, dan digunakan di marketplace.

Penggunaan Instagram memiliki banyak keuntungan lain seperti menghemat biaya promosi, membangun hubungan konsumen yang efektif, dan mampu menyampaikan informasi secara luas dan cepat .Media sosial diklaim telah menjadi jembatan penghubung antara UMKM Kue Banjar Sedap Rasa dan calon konsumen sehingga penting untuk melakukan social media marketing dalam menjalankan media sosial harus memperhatikan beberapa poin penting seperti bagaimana cara menyampaikan pesan kepada masyarakat luas (konteks), cara menyampaikan dengan baik, mendengarkan, menanggapi pesan agar tersampaikan dengan baik (komunikasi), kerjasama antara pemberi dan penerima pesan (kolaborasi) dan cara menjaga hubungan dengan pelanggan (koneksi). (Hidayahullah et al., 2023).



Gambar 3. Produk Kue Banjar Sedap Rasa

4. Pembuatan Desain Banner

Tim pengabdian memberikan wawasan kepada pemilik UMKM Kue Banjar Sedap Rasa bahwa Pembuatan desain banner dilakukan sebagai upaya untuk membentuk identitas UMKM Kue Karisma. Banner penting adanya karena dapat membantu calon konsumen untuk mengetahui informasi terkait UMKM tersebut. Sebagai salah satu bentuk media cetak atau digital, banner digunakan untuk menarik perhatian calon konsumen, menyampaikan informasi produk dan meningkatkan brand awareness (Santoso & Ardiyansyah, 2023).

Pemasangan banner produk usaha memiliki peran yang sangat penting. Banner dapat dijadikan sebagai media promosi yang efektif dan praktis sehingga dapat mencapai target penjualan. Pesan yang ingin disampaikan melalui banner adalah menginformasikan produk yang diperjualbelikan, memperkenalkan UMKM ke masyarakat sekitar, mendapatkan lebih banyak perhatian dari sehingga hal ini juga membuat UMKM Kue Banjar Sedap Rasa menjadi tujuan konsumen di sekitar outlet untuk membeli kue dan memesan kue untuk acara-acara tertentu, seperti hari raya idul fitri, pengajian, arisan, dan acara lain. calon konsumen, serta memberikan contact person untuk memudahkan pemesanan.



Gambar 4. Tim Pelaksana dan Owner UMKM Kue Banjar Sedap Rasa

SIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan dapat disimpulkan bahwa pelaksanaan pengembangan UMKM Kue Sedap Rasa pada pengembangan pemasaran di media digital yang telah dilaksanakan yaitu pemasaran melalui marketplace, branding di sosial media, Dengan mengoptimalkan pemasaran produk Kue Banjar Sedap Rasa akan terus berkembang untuk strategi bisnis yang lebih maju, jangkauan pemasaran lebih luas dan meningkatkan profitabilitas pada UMKM Kue Banjar Sedap Rasa.

SARAN

Diharapkan produk Kue Banjar bisa mengembangkan pangsa pasar nasional, tetapi memperhatikan perubahan kebutuhan konsumen untuk berinovasi. Dan menjadi pionir dalam industri yang efisien dan efektif dalam menjalankan operasional UMKMnya.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan dan kontribusi dalam penyusunan jurnal ini yang berjudul "Strategi Pengembangan Produk UMKM Kue Banjar Sedap Rasa Kabupaten Jombang melalui Penerapan Digital Marketing". Ucapan terima kasih khusus kami sampaikan kepada pemilik dan pengelola UMKM Kue Banjar Sedap Rasa yang telah bersedia memberikan data dan wawasan berharga. Kami juga berterima kasih kepada para pembimbing, rekan peneliti, serta para pakar yang telah memberikan masukan, kritik, dan saran yang konstruktif. Tak lupa, penghargaan setinggi-tingginya kami sampaikan kepada keluarga dan teman-teman yang senantiasa memberikan doa dan dukungan moral. Semoga jurnal ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan UMKM serta menjadi referensi yang bermanfaat bagi penelitian di masa mendatang.

DAFTAR PUSTAKA

- Fauziah, N. A., Ala'aldin, J., Reihan, M., Hariyono, F. M., Hidayatullah, R. A., & Wahyudi, K. E. (2023). UPAYA PENINGKATAN PENDAPATAN UMKM KUE KERING MELALUI BRANDING KEMASAN DAN PEMANFAATAN DIGITAL MARKETING. In Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat (Vol. 3, Issue 2). https://jurnalfkip.samawa-university.ac.id/karya_jpm/index
- Hidayahullah, F., Sunarya, E., Ramdan, A. M., Sukabumi, U. M., Id, F. A., & Author, C. (2023). Analisys of Market Orientation and Product Innovation on Competitive Advantage in Small and Medium Pastry Businesses Analisis Orientasi Pasar dan Inovasi Produk Untuk Meningkatkan Keunggulan Bersaing pada UMKM Kue Kering. In Management Studies and Entrepreneurship Journal (Vol. 4, Issue 2). <http://journal.yrpipku.com/index.php/msej>
- Santoso, B., & Ardiyansyah, A. (2023). Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Re-Branding UMKM Di Kelurahan Kepanjenkidul Kota Blitar Marketing Communication Strategy In MSME Re-Branding In Kepanjenkidul Village, Blitar City. Jurnal Pengabdian Masyarakat Nusantara (Pengabmas Nusantara), 5(3), 50–62. <https://doi.org/10.57214/pengabmas.v5i3>
- Sitanggang, A. L. M., Joycelyn, B., Febrian, B., Tanaka, C., Santiago, E. S., Devina, F., Christian Kosasih, H., Budi Kusuma, L. K., & Elfriede, D. P. (2022). Peningkatan Kinerja UMKM dalam Kluster Kue Kering di Kabupaten Cianjur. Dedikasi : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 1(1), 16–31. <https://doi.org/10.53276/dedikasi.v1i1.1>