

INOVASI KREATIF BERBASIS DIGITAL MARKETING PADA UMKM KRUPUK RENGGINANG DI DESA TREBUNGAN KECAMATAN MANGARAN – SITUBONDO

Agus Supriono¹, Edwin Tri Maulana², Indah Ibanah³, Rizky Yanuarti⁴,
Ariq Dewi Maharani⁵

¹ Agus Supriono, Universitas Jember

² Edwin Tri Maulana, Universitas Jember

³ Indah Ibanah, Universitas Jember

⁴ Rizky Yanuarti, Universitas Jember

⁵ Ariq Dewi Maharani, Universitas Jember

¹ Email: Agus_sup.faperta@unej.ac.id

Abstrak

Minimnya kesadaran pelaku UMKM terhadap dampak yang didapatkan ketika menerapkan teknologi internet dan jejaring sosial dalam memasarkan produk, membuat pelaku UMKM di Desa Trebungan - Kecamatan Mangaran - Kabupaten Situbondo – Provinsi Jawa Timur, kesulitan membangun hubungan dan kepercayaan dengan calon pelanggan. Hal ini membuat pelaku UMKM hanya mengandalkan pemasaran konvensional seperti metode pemasaran yang dilakukan dari mulut ke mulut. Tujuan dari kegiatan pengabdian ini adalah (1) Memberikan pengetahuan dan keterampilan kepada badan usaha UMKM (2) Mengembangkan kewirausahaan pemanfaatan hasil pertanian di dusun Sokaan Utara. Metode melakukan operasi terdiri dari beberapa langkah, khususnya sebagai berikut: (1) observasi; (2) Implementasi; (3) Evaluasi. Dengan memberikan edukasi tentang usaha inovatif dengan pemasaran digital marketing dapat meningkatkan keterampilan masyarakat, meningkatkan kapasitas usaha dan meningkatkan pendapatan masyarakat dengan memanfaatkan potensi desa.

Kata Kunci : pelaku usaha, Rengginang, jejaring sosial, pemasaran online

Abstract

The lack of awareness of MSME actors about the impact that is obtained when applying internet technology and social networking in marketing products, makes it difficult for MSME actors in Trebungan Village - Mangaran District - Situbondo Regency - East Java Province to build relationships and trust with potential customers. This makes MSME actors only rely on marketing conventions such as word of mouth marketing methods. The objectives of this community service activity are (1) Providing knowledge and skills to MSME business entities (2) Entrepreneurship in the utilization of agricultural products in North Sokaan Hamlet. The method of carrying out the operation consists of several steps, in particular the following: (1) observation; (2) Implementation; (3) Evaluation. By providing education about innovative businesses with digital marketing, it can improve community skills, increase business capacity and increase community income by utilizing village potential.

Keywords : business actors, Rengginang, social networking, digital marketing.

1. PENDAHULUAN

Pada era revolusi industri 4.0 saat ini, pemahaman dan penerapan strategi digital dalam pemasaran memiliki signifikansi yang penting, terutama bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Revolusi industri 4.0 merujuk pada tren teknologi mutakhir yang secara besar-besaran mempengaruhi proses produksi di berbagai sektor. Khususnya di Desa Trebungan, Kecamatan

Mangaran, Kabupaten Situbondo, Provinsi Jawa Timur, sektor kuliner memiliki potensi besar dalam menjual produk makanan lokal. Akan tetapi, minimnya kesadaran dan pemahaman pelaku UMKM mengenai dampak positif dari pemasaran online dengan menggunakan internet dan media sosial mengakibatkan mereka mengalami kesulitan dalam membangun hubungan dan kepercayaan dengan calon pelanggan. Oleh karena itu, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengungkapkan pentingnya pendidikan mengenai pemasaran online, terutama melalui Google Maps dan juga sosial media Instagram, bagi para pelaku UMKM kuliner di Desa Trebungan.

Dalam era digital saat ini, pemasaran untuk bisnis kuliner telah mengalami perubahan yang berarti. Internet dan jejaring sosial telah membuka peluang tak terbatas dalam mempromosikan produk dan layanan kepada calon konsumen. Perubahan dalam perilaku konsumen yang semakin mengandalkan teknologi sebagai sumber informasi dan untuk melakukan pembelian telah menjadikan pemasaran online sebagai alat yang efektif dalam menjangkau pasar yang lebih luas. Transformasi ini menciptakan peluang bagi para pelaku UMKM kuliner di Desa Trebungan untuk mengembangkan cakupan bisnis mereka. Digital marketing merupakan konsep pemasaran interaktif terpadu yang memudahkan interaksi antara produsen, konsumen, dan pasar. Ketika pasar secara luas tidak mampu dijangkau dengan mudah oleh produsen, maka strategi dengan memanfaatkan teknologi akan memudahkan meraih pasar yang dimaksudkan. Dengan adanya digitalisasi yang dapat dimanfaatkan secara baik oleh masyarakat, maka pergerakan bisnis akan dapat berjalan dengan maksimal. Masing-masing pegiat IKM tentunya harus memiliki identitas yang akan membedakan dengan yang lain. Identitas dapat digambarkan sebagai konsep yang akan memberikan deskripsi tentang individu atau kelompok yang ada (Saudah & Adi, 2018).

Salah satu alat yang memiliki peran penting dalam pemasaran online untuk bisnis kuliner adalah Google Maps. Google Maps adalah aplikasi peta yang sangat populer dan dilengkapi dengan berbagai fitur, termasuk pengaturan, penyuntingan, pencarian, serta penandaan rute atau lokasi. Google Maps bukan hanya sekadar aplikasi peta daring, tetapi juga membantu dalam mempermudah calon pelanggan untuk menemukan lokasi bisnis kuliner dan mendapatkan informasi penting seperti jam operasional, ulasan, dan gambar visual. Dengan adanya Google Maps, para pelaku UMKM kuliner dapat meningkatkan keterlihatan bisnis mereka, menarik minat konsumen, serta membangun kepercayaan. Namun, walaupun pemasaran online menawarkan peluang besar, para pelaku UMKM kuliner di Desa Trebungan juga menghadapi suatu tantangan tertentu. Salah satu tantangan utamanya adalah kurangnya pemahaman mengenai teknologi internet dan media sosial, serta cara efektif untuk menggunakannya. Disamping itu, persaingan dalam ranah digital juga dapat menjadi hambatan. Akan tetapi, melalui pendidikan yang tepat, tantangan ini dapat diubah menjadi peluang bagi para pelaku UMKM untuk tumbuh dan berkembang dalam pemasaran online.

Pendidikan mengenai pemasaran online memiliki peranan krusial dalam membantu pelaku UMKM kuliner untuk mengatasi kendala serta mengoptimalkan potensi pasar melalui teknologi internet dan media sosial. Dengan pemahaman yang mendalam mengenai konsep pemasaran online serta penggunaan alat-alat seperti Google Maps, para pelaku UMKM dapat mengatasi keterbatasan pengetahuan, meningkatkan kualitas pemasaran, serta meningkatkan daya saing produk mereka di pasar.

Pengabdian ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang komprehensif mengenai pentingnya pendidikan pemasaran online melalui Google Maps bagi pelaku UMKM kuliner di Desa Trebungan. Melalui identifikasi tantangan dan peluang yang dihadapi, serta analisis peran Google Maps dan juga sosial media, penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi pendidikan yang efektif untuk membantu pelaku UMKM kuliner dalam memanfaatkan teknologi internet dan media sosial secara optimal, mengembangkan bisnis mereka, dan memberikan dampak positif pada perekonomian desa.

2. METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini berlangsung dari tanggal 12 Juli 2023 hingga 21 Agustus 2023. Metode yang digunakan untuk mencapai tujuan yang diharapkan dalam program adalah dengan memberikan pengajaran tentang pemasaran melalui platform online seperti Google Maps dan juga melalui sosial media yang lainnya kepada para pelaku usaha kuliner di Desa Tanjung Kamal. Pada kegiatan ini, terdapat beberapa program edukasi yang dilaksanakan. Salah satunya adalah memberikan pengetahuan mengenai pemanfaatan teknologi internet dan jejaring sosial, dengan tujuan agar para pelaku usaha mengerti manfaat yang dapat diperoleh saat mereka menggunakan teknologi internet dan juga jejaring sosial untuk mempromosikan produk mereka. Selain itu, juga diberikan pembelajaran mengenai pemasaran online melalui Google Maps serta bimbingan dalam proses pendaftaran lokasi usaha pada platform tersebut. Semua program ini bertujuan untuk membantu para pelaku usaha agar dapat memaksimalkan pemasaran produk mereka dengan menggunakan layanan Google Maps.

2.1 Perencanaan

Pada fase perencanaan, masalah dalam penjualan rengginang di Dusun Sokaan Utara, Situbondo diidentifikasi sebagai ketergantungan pada metode manual. Ini melibatkan kunjungan langsung ke pelaku usaha untuk berkomunikasi tentang aspek-aspek pelaksanaan proyek pengabdian, termasuk konsep pelaksanaan dan langkah-langkah untuk meningkatkan bisnis masyarakat (target).

2.2 Pelaksanaan

Pada tahapan pelaksanaan terbagi dalam 6 minggu di mana setiap minggu memiliki fokus sendiri terkait yang melibatkan usaha rengginang di Dusun Sokaan Utara, Situbondo. Minggu pertama melibatkan penerjunan tim pengabdian masyarakat ke desa masing-masing, untuk memperkenalkan diri serta program kerja yang akan dilakukan selama 6 minggu ke depan. Pada minggu kedua, setelah mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi, langkah berikutnya adalah mencari solusi, yakni memberikan edukasi mengenai pemanfaatan teknologi dan platform digital dalam memasarkan produk.

Minggu ketiga dan keempat fokus pada pengenalan pemasaran produk melalui media sosial seperti Instagram dan Facebook kepada pelaku usaha. Langkah-langkahnya mencakup pembuatan akun, fotografi produk, pembuatan caption yang menarik, serta penggunaan tagar pada setiap unggahan produk pelaku usaha. Selain itu, juga dilakukan penandaan lokasi pada Google Maps. Pada minggu kelima, kegiatan berfokus pada pengecekan ulang terkait kesesuaian caption dan tagar untuk optimalisasi pemasaran produk pelaku usaha. Evaluasi dilakukan terhadap perkembangan akun media sosial milik pelaku usaha, dan juga promosi akun Facebook tersebut dilakukan di platform media sosial lainnya seperti WhatsApp dan Instagram. Pemanfaatan konsep pemasaran secara digital memberikan harapan besar sebagai sumber kekuatan ekonomi di berbagai wilayah. Teknologi internet yang digunakan sebagai medium pemasaran yang efektif dengan jangkauan yang sangat luas tidak terbatas oleh ruang dan waktu, sehingga pelaku usaha dapat memanfaatkan sebagai sarana untuk meningkatkan jangkauan pasar (Djamaludin et al., 2016). Dengan digitalisasi, maka peluang IKM untuk masuk dalam kancah industri global semakin terbuka. Selain itu untuk mendukung pengembangan pemasaran berbasis kewirausahaan dengan memanfaatkan e-commerce juga diperlukan bagi industri kecil untuk dapat bersaing di era global (Harini et al., 2017)

2.3 Edukasi Dan Evaluasi

Penilaian atas kegiatan pengabdian yang fokus pada edukasi terkait pemasaran melalui media online seperti sosial media dan Google Maps, terhadap para pelaku usaha di bidang kuliner

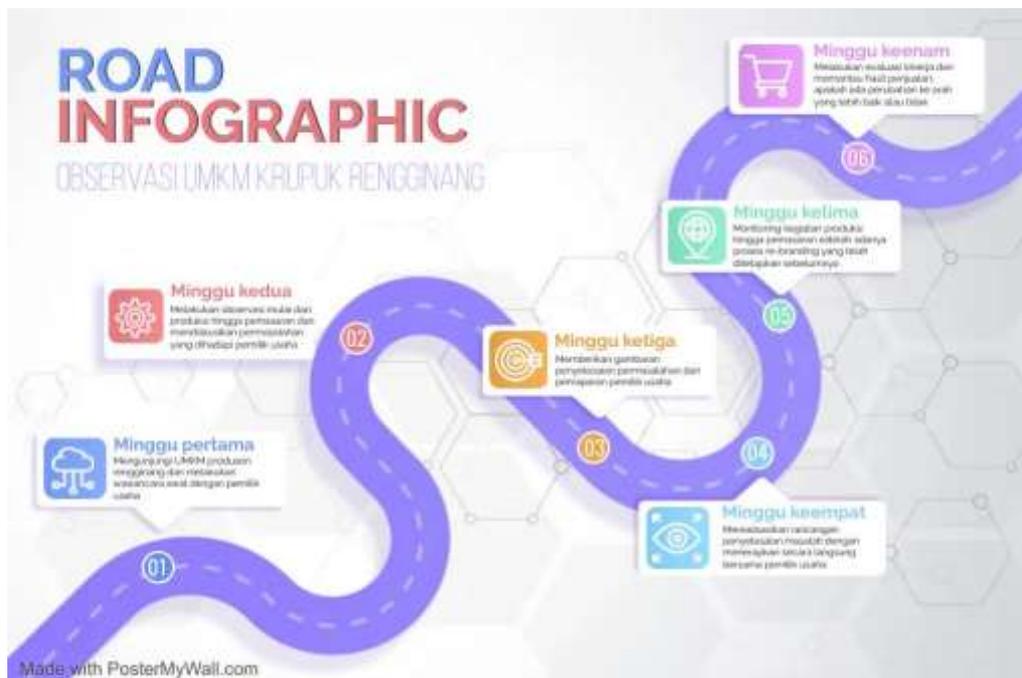
di Desa Trebungan, menunjukkan hasil yang positif. Dalam hal ini, kerja sama antara tim pengabdian dengan para pelaku usaha kuliner telah memberikan manfaat yang signifikan. Salah satu contoh konkret dari manfaat ini adalah adanya pendampingan dalam pendaftaran lokasi usaha pada Google Maps serta promosi melalui media sosial. Keuntungan dari pendampingan ini terlihat pada pelaku usaha tertentu yang merasakan dampak positif. Dengan adanya peningkatan eksposur di platform online ini, produk dari pelaku usaha tersebut berhasil menjangkau pasar yang lebih luas, sehingga produk mereka menjadi lebih dikenal oleh masyarakat secara menyeluruh. Dampak dari ini tidak hanya berhenti pada tingkat pengetahuan mengenai produk, tetapi juga berdampak pada stabilitas pendapatan para pelaku usaha.

Dengan peningkatan visibilitas dan aksesibilitas yang dicapai melalui kegiatan pengabdian ini, pelaku usaha kuliner di Desa Trebungan mengalami peningkatan pendapatan. Dengan produk mereka yang lebih dikenal oleh khalayak yang lebih luas, terbuka peluang untuk mendapatkan lebih banyak pelanggan dan menjaga pendapatan secara lebih stabil. Dengan demikian, evaluasi atas kegiatan pengabdian menunjukkan bahwa pendekatan edukasi dalam hal pemasaran melalui media online telah memberikan kontribusi yang berarti bagi para pelaku usaha kuliner di Desa Trebungan. Melalui pendampingan dalam pendaftaran di Google Maps dan promosi melalui media sosial, produk mereka berhasil mendapatkan pengakuan yang lebih luas di pasaran, yang pada akhirnya berdampak positif pada pendapatan dan stabilitas usaha mereka.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Merancang Program Kerja

Rancangan kegiatan disusun berdasarkan konteks dan masalah-masalah yang telah dijelaskan sebelumnya. Dalam penyusunan rencana kegiatan ini, penulis telah memperoleh izin dan dukungan penuh dari berbagai pihak, termasuk pelaku usaha terkait dan pemerintah desa Trebungan. Rencana kegiatan dirancang untuk meningkatkan relevansi setiap elemen dalam pemasaran digital dengan para pengusaha yang terlibat. Rincian lebih lanjut mengenai rencana kegiatan ini dapat ditemukan pada gambar 1.0.



Gambar 1.0 Rencana Kegiatan Pengabdian

3.2 Pelaksanaan Program Kerja

Pada pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat dilakukan upaya untuk meningkatkan pemanfaatan platform digital Facebook dan Instagram, serta menambahkan lokasi pemasaran Rengginang di Dusun Sokaan Utara pada google map. Program ini terdiri dari beberapa langkah, yakni observasi, implementasi, dan evaluasi. Tindak lanjut dari kegiatan tersebut melibatkan penilaian potensi desa di Desa Tanjung Kamal dan observasi di Dusun Tanjung Pasir Utara terkait pelaku usaha yang potensial. Kegiatan silaturahmi dan observasi yang dilakukan selama minggu pertama di Dusun Sokaan Utara dalam konteks permasalahan pelaku usaha tentu merupakan langkah awal yang sangat baik. Dengan cara ini, Anda dapat memperoleh pemahaman yang lebih mendalam tentang tantangan dan potensi yang dihadapi oleh para pelaku usaha di wilayah tersebut.

Observasi adalah proses pengumpulan informasi dengan cara mengamati secara langsung situasi, kondisi, dan interaksi di lingkungan tertentu. Dalam konteks permasalahan pelaku usaha, observasi dapat membantu dalam mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja dan kesuksesan usaha di Dusun Sokaan Utara.

Masuk ke pekan kedua, setelah mengidentifikasi masalah yang muncul, langkah berikutnya adalah mencari solusi untuk mengatasi permasalahan tersebut. Solusinya adalah memberikan edukasi mengenai cara memanfaatkan teknologi dan platform digital dalam upaya pemasaran produk. Inovasi yang diusulkan untuk para pelaku usaha adalah mengumpulkan referensi dari beberapa pelaku usaha di bidang makanan yang aktif menggunakan akun media sosial seperti Instagram dan Facebook. Melalui survei, dilakukan analisis terhadap tampilan produk, caption, dan tagar yang digunakan dalam setiap unggahan yang terkait dengan produk tersebut di media sosial.

Pada minggu ketiga, langkah awal dilakukan pada pengerjaan label. Proses pembuatan label disesuaikan dengan karakteristik yang mewakili wirausaha dari Ibu Ida. Tidak hanya itu, ada juga beberapa informasi ekstra yang perlu dimasukkan sesuai permintaan sang pemilik usaha. Komponen tambahan ini penting untuk keperluan administrasi produk. Label usaha juga menjadi fokus utama, karena memiliki peran yang signifikan. Label dirancang dengan kesederhanaan sebagai prinsip utama, tanpa terlalu banyak ornamen yang membebani. Detail dari hasil akhir label dapat dilihat pada gambar 4.0.



Gambar 1.3 Label Kemasan Produk Rengginang 2 Bintang

Memasuki minggu keempat, aktivitas yang dilakukan adalah fokus pada memperkenalkan produk melalui platform media sosial Facebook dan juga Instagram kepada para pelaku usaha,

pengambilan foto produk, penulisan caption, dan penggunaan tagar pada setiap unggahan produk yang dibuat oleh pelaku usaha. Ketika memasuki minggu kelima, langkah selanjutnya melibatkan pengecekan ulang terhadap kesesuaian antara caption dan tagar yang digunakan, dengan tujuan untuk mengoptimalkan strategi pemasaran produk para pelaku usaha. Selain itu, dilakukan evaluasi terhadap perkembangan akun media sosial milik pelaku usaha. Tidak hanya itu, promosi juga dilakukan untuk memperkenalkan akun Facebook dan juga serta titik google map tersebut kepada khalayak yang lebih luas, termasuk di platform media sosial lain seperti WhatsApp dan Instagram.

3.3. Evaluasi Dan Mentoring

Evaluasi serta Mentoring atas pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang berfokus pada edukasi pemasaran menggunakan media online seperti Facebook, Instagram, dan Google Maps kepada pelaku usaha kuliner di Desa Trebungan Dusun Sokaan Utara menunjukkan bahwa strategi pemasaran digital ini memberikan dampak positif. Salah satu pelaku usaha kuliner mengalami manfaat yang signifikan dari upaya pemasaran melalui media sosial dan pendaftaran lokasi usahanya di Google Maps.

Efek positif ini terlihat dalam peningkatan eksposur produk dan layanan dari pelaku usaha tersebut di kalangan masyarakat. Melalui pemasaran digital ini, produk yang dihasilkan oleh pelaku usaha dapat lebih dikenal oleh khalayak yang lebih luas. Selain itu, adanya pendaftaran lokasi usaha di Google Maps turut membantu dalam memberikan informasi yang lebih akurat mengenai lokasi pelaku usaha kepada konsumen potensial.

Secara keseluruhan, pendekatan pemasaran melalui media online telah memberikan kontribusi positif terhadap pelaku usaha kuliner di Desa Trebungan Dusun Sokaan Utara. Pendapatan dari usaha ini menjadi lebih stabil karena adanya peningkatan jumlah pelanggan yang tercapai melalui pemasaran digital. Dengan demikian, strategi ini membantu memperluas pangsa pasar pelaku usaha, memperkenalkan produknya kepada masyarakat yang lebih luas, dan pada akhirnya meningkatkan pendapatan usaha.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan uraian di atas, maka dalam program pengabdian kepada masyarakat di Desa Trebungan Kecamatan Mangaran Kabupaten Situbondo dapat diambil keputusan sebagai berikut:

1. Dengan menjalankan program kerja yang telah direncanakan, dapat ditemukan solusi untuk mengatasi permasalahan dalam bidang wirausaha di Desa Tanjung Kamal. Hal ini akan membawa kemajuan yang signifikan karena diperkenalkannya strategi pemasaran digital yang lebih luas, mengakibatkan peningkatan dalam pengembangan usaha dan jangkauan pasar.
2. Implementasi program kerja yang dilaksanakan juga akan memberikan pendidikan kepada para wirausaha mengenai metode pemasaran modern yang berfokus pada digital marketing. Dengan memanfaatkan platform digital, wirausaha akan mampu mengoptimalkan pemasaran produk mereka, mencapai pasar yang lebih besar, dan menyajikan informasi produk secara menyeluruh.
3. Melalui program kerja yang dijalankan, tidak hanya akan membantu dalam aspek desain produk, tetapi juga dalam strategi pemasaran yang efektif di tengah persaingan produk di pasar digital yang luas. Ini akan memberikan peluang kepada wirausaha untuk bersaing dengan produk sejenis dan menonjolkan nilai unik dari produk mereka.

Dengan demikian, program pengabdian kepada masyarakat di Desa Trebungan akan memberikan dampak positif bagi pengembangan wirausaha lokal melalui pengenalan digital marketing, edukasi metode pemasaran modern, dan dukungan dalam bersaing di pasar digital yang kompetitif.

DAFTAR PUSTAKA

- Djamaludin, D., Anwar, A., & Rukmana, O. (2016). Peningkatan kemampuan usaha kecil dan menengah di Wilayah Bandung Raya dalam pemanfaatan internet sebagai sarana pemasaran dan perluasan jangkauan pasar. *Ethos: Jurnal Penelitian dan Pengabdian*, 4(1), 125-130.
- Indarto dan Santoso. 2020. Karakteristik Wirausaha, Karakteristik Usaha, dan Lingkungan Usaha Penentu Menengah, Vol 13(1).
- Hadi, A. S., & Ardhi Khairi. (2020). Pemilihan Strategi Pemasaran Di Era Digital Pada Kelompok Ibu Pkk Desa Gadingharjo. *Dinamisia : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 127–132.
- Harini, C., Darsin, & Praptono, S. (2017). Pengembangan pemasaran kewirausahaan dalam Upaya meningkatkan kinerja perekonomian unit usaha kecil menengah di Kota Semarang. *Prosiding Snatif Ke-4*, 537-549.
- Saudah, S., & Adi, D. S. (2018). Keseimbangan komunikasi dalam penguatan identitas komunitas kreatif telematika Kota Malang. *Mediakom: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(2), 143-154.