



PERAN PEMASARAN DIGITAL DALAM MEMASARKAN PRODUK UMKM TELUR ASIN RAHAYU WILUJENG DI DESA NGLEBAK

If'idatur Rosyidah ¹, Rizky Dermawan ²

Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

e-mail : 20012010360@student.upnjatim.ac.id

Abstract. *KKN-T Entrepreneurship is a community service activity formed by the East Java "Veteran" National Development University to apply knowledge on various topics related to entrepreneurship in the community in lectures. This community service activity lasted for three months and was carried out in Nglebak Village, Bareng District, Jombang Regency. In this activity, the KKN-T 06 Team collaborated with one of the MSMEs, namely Rahayu Wilueng Salted Egg UMKM. The KKN-T 06 team identified marketing constraints on Rahayu Wilueng's Salted Egg UMKM. With these obstacles, the KKN-T 06 Team provided a solution so that Rahayu Wilueng's Salted Egg UMKM could expand its marketing reach. The implementation method used in this program consists of several implementation stages, namely surveys, observations and FGD (Focus Group Discussion). These three stages are carried out by collecting information through interviews with business actors. After discussing with business actors, the KKN-T 06 Team provided directions and created digital marketing to overcome obstacles in the salted egg business. The solution provided is to replace product packaging with mica packaging with a logo sticker and provide digital marketing knowledge and training. Thus, the solution provided by the KKN-T 06 team is expected to expand the marketing of Rahayu Wilujeng's Salted Egg Business.*

Keywords : *Digital Marketing, Community Service, Salted Egg MSME (Micro, Small, and Medium Enterprise)*

Abstrak. KKN-T Kewirausahaan adalah kegiatan pengabdian masyarakat yang dibentuk oleh Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur untuk menerapkan pengetahuan tentang berbagai topik yang berkaitan dengan kewirausahaan di masyarakat dalam perkuliahan. Kegiatan pengabdian masyarakat ini berlangsung selama tiga bulan dan dilakukan di Desa Nglebak, Kecamatan Bareng, Kabupaten Jombang. Dalam kegiatan ini, Tim KKN-T 06 menggandeng salah satu UMKM yaitu UMKM Telur Asin Rahayu Wilueng. Tim KKN-T 06 mengidentifikasi adanya kendala pemasaran pada UMKM Telur Asin Rahayu Wilueng. Dengan adanya kendala tersebut, Tim KKN-T 06 memberikan solusi agar UMKM Telur Asin Rahayu Wilueng dapat memperluas jangkauannya. Metode pelaksanaan yang digunakan pada program ini terdiri dari beberapa tahapan pelaksanaan yaitu survei, observasi dan FGD (Focus Group Discussion). Ketiga tahapan tersebut dilakukan dengan mengumpulkan informasi melalui wawancara dengan pelaku usaha. Setelah berdiskusi dengan pelaku usaha, Tim KKN-T 06 memberikan pengarahan dan pembuatan digital marketing untuk mengatasi kendala dalam bisnis telur asin. Solusi yang diberikan adalah mengganti kemasan produk dengan kemasan mika yang diberi stiker logo dan memberi pengetahuan serta pelatihan pemasaran digital. Dengan demikian, solusi yang diberikan oleh tim KKN-T 06 ini diharapkan dapat memperluas pemasaran Usaha Telur Asin Rahayu Wilujeng.

Kata Kunci : Pemasaran Digital, Pengabdian Masyarakat, UMKM Telur Asin

Received Mei 30, 2023; Revised Juni 2, 2023; Accepted Juli 09, 2023

* If'idatur Rosyidah, 20012010360@student.upnjatim.ac.id

PENDAHULUAN

Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan upaya yang dilakukan oleh pemerintah untuk memberantas kemiskinan. Survey lapangan menunjukkan bahwa, rata-rata UMKM di Indonesia memiliki kendala yang sama yaitu kurangnya pemahaman tentang pemasaran karena keterbatasan informasi yang dimiliki oleh UMKM mengenai pasar (Setiawati & Widyartati, 2017).

Mitra dalam pelaksanaan pengabdian masyarakat ini adalah usaha telur asin milik Pak Muslimin, salah satu warga desa Nglebak. Produksi telur asin ini dihasilkan dari peternakan milik Pak Muslimin, namun bebek yang dimiliki oleh Pak Muslimin masih sedikit sehingga telur yang dihasilkan juga masih minim. Proses produksi dilakukan per tiga hari sekali untuk proses pengasinan dan siap dijual setelah 10 hari proses produksi.

Pada era globalisasi saat ini, teknologi informasi berkembang secara cepat. Adanya teknologi informasi dan berbagai jenis inovasinya dapat memberikan kemudahan aktivitas manusia dalam berwirausaha. Berbagai kegiatan usaha kecil hingga besar dapat menggunakan perkembangan teknologi ini untuk menjalankan bisnisnya. Hal ini dapat bermanfaat bagi usaha telur asin milik Pak Muslimin untuk memasarkan produknya melalui salah satu inovasi perkembangan teknologi yaitu *digital marketing*.

Digital Marketing menjadi media pemasaran yang banyak diminati oleh masyarakat. Beberapa keuntungan dalam menggunakan marketing ini yaitu memiliki akses yang mudah seperti pada situs yang dapat dikunjungi setiap saat dan bisa melakukan kegiatan jual beli secara cepat dan praktis. Media pemasaran digital juga dapat memberikan keuntungan bisnis yang signifikan, baik dalam segi inovasi, kesempatan kerja, pendapatan serta daya saing (Wardhana, 2015). Salah satu platform yang dapat digunakan untuk melakukan digital marketing ialah Instagram. Dimana platform ini dapat memasarkan dan memperkenalkan produk dengan menambahkan foto, video maupun deskripsi sekreatif mungkin dari sebuah produk agar dapat menarik perhatian target pasarnya (Naimah, Wardhana, Haryanto, & Pebriyanto, 2020).

KKN-T Kewirausahaan merupakan salah satu program pengabdian masyarakat yang diselenggarakan oleh Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” JATIM (UPNVJT). Tujuan dari kegiatan pengabdian masyarakat ini yaitu untuk memberikan pengalaman secara langsung agar mahasiswa dapat belajar dan menyikapi berbagai macam persoalan terutama pada kewirausahaan yang muncul di masyarakat. Dalam kegiatan ini, tim KKN-T kelompok 06 memutuskan untuk bergabung dengan mitra UMKM Telur Asin Rahayu Wilujeng untuk membantu proses pemasaran dan branding produk telur asin. Dengan demikian, diharapkan adanya peningkatan produksi serta pendapatan pada UMKM Telur Asin Rahayu Wilujeng.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan KKN-T (Kuliah Kerja Nyata Tematik) skema kewirausahaan dilakukan pada tanggal 16 Maret hingga akhir bulan Juni. KKN-T ini dilaksanakan di Desa Nglebak, Kecamatan Bareng, Kabupaten Jombang.

Metode pelaksanaan yang digunakan oleh KKN-T kelompok 6 untuk program pengabdian masyarakat adalah metode penerapan secara bertahap yang dimulai dari survei, observasi, dan *FGD (Focus Group Discussion)*.

Penelitian ini mengumpulkan data melalui wawancara dan observasi terhadap mitra UMKM Telur Asin Rahayu Wilujeng yang mengalami beberapa kendala dalam usahanya. Salah satu kendala dalam UMKM telur asin Rahayu Wilujeng yaitu kesulitan pada pemasaran produknya.

Setelah melakukan *Focus Group Discussion*, KKN-T kelompok 6 memutuskan untuk melakukan pengarahan dan pembuatan digital marketing untuk mengatasi kendala pada usaha telur asin Rahayu Wilujeng.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian pada UMKM Telur Asin Rahayu Wilujeng terhadap kendala yang dihadapi yaitu memberikan solusi dengan mengganti kemasan produk berupa wadah mika dengan stiker bermerk agar lebih menarik, memberi pengetahuan akan pentingnya pemasaran digital di era globalisasi, dan pelatihan pemasaran digital yang mencakup pembuatan serta cara penggunaan social media dan *e-commerce* yang dapat meningkatkan cakupan pemasaran yang lebih luas.

Hasil kegiatan yang telah dilaksanakan sebagai berikut :

1. Pembuatan logo produk

Logo merupakan salah satu bagian penting karena memiliki fungsi sebagai pembeda dan pemberi informasi mengenai produk maupun penjual. Logo dapat memberikan ciri khas tersendiri sehingga mudah dikenali. Logo juga sering berupa nonverbal, sehingga dapat dipahami pada berbagai kategori produk (Fitri & Hamid, 2020). Oleh karena itu, pembuatan logo harus dibuat semenarik mungkin karena selain sebagai ciri khas produk, logo juga berfungsi sebagai branding dari suatu produk.

Sebelum mengaplikasikan digital marketing, sebaiknya memperkuat *branding* terlebih dahulu dengan pembuatan logo sebagai ciri khas UMKM Telur Asin Rahayu Wilujeng. Sehingga anggota kelompok 6 KKN-T membantu pembuatan logo UMKM Telur Asin Rahayu Wilujeng. Berikut merupakan logo hasil diskusi dengan Pak Muslimin selaku pemilik UMKM Telur Asin Rahayu Wilujeng :



2. Pembuatan Banner Usaha

Melihat adanya manfaat yang dapat membantu usaha milik Pak Muslimin jika memiliki banner usaha, maka anggota kelompok 6 KKN-T memutuskan untuk membuat dan memasang banner guna memperkenalkan produk telur asin Rahayu Wilujeng agar lebih mudah dikenal oleh masyarakat yang lebih luas.



Desain Banner



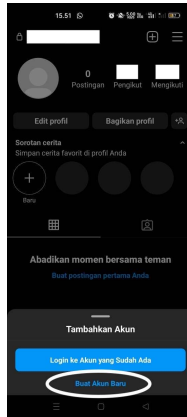
Penyerahan Banner

3. Pembuatan Social Media (Instagram)

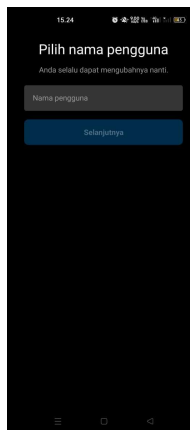
Instagram merupakan media sosial populer yang dapat memudahkan segala bentuk komunikasi melalui teknologi internet. Media ini memiliki banyak fitur unggul seperti berbagi foto dan video yang bisa memudahkan pemasaran UMKM Rahayu Wilujeng. Foto dan video pada aplikasi Instagram juga bisa ditambahkan deskripsi semenarik mungkin agar produk UMKM Rahayu Wilujeng lebih banyak diminati oleh masyarakat.

Tata cara pembuatan akun media sosial Instagram :

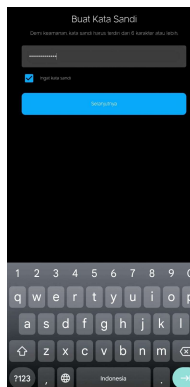
1. Buka aplikasi *Instagram*
2. Lalu pilih “Buat Akun Baru”



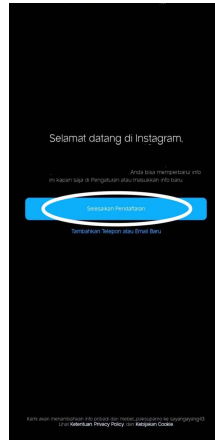
3. Masukkan nama pengguna



4. Masukkan *password*



5. Kemudian pilih “Selesaikan Pendaftaran”



6. Lalu pilih “Edit Profil” untuk mengubah isi profil

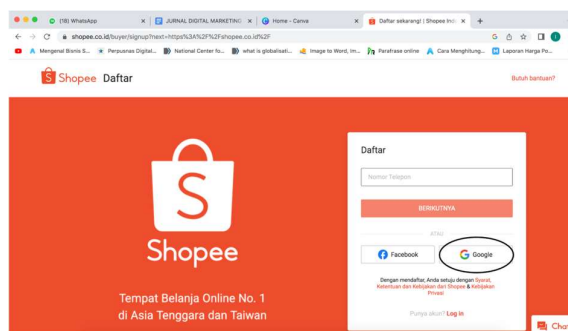
7. Akun *Instagram* telah terbentuk dan bisa digunakan

4. Pembuatan e-commerce (Shopee)

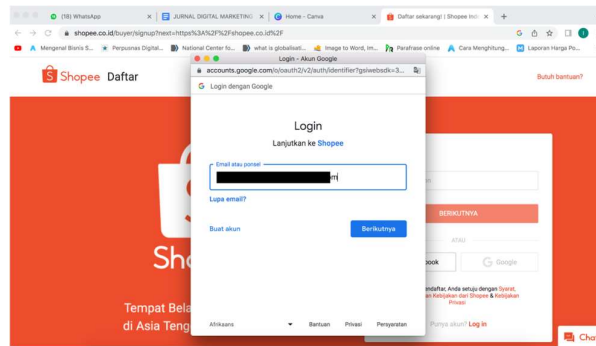
Setelah adanya pandemi Covid-19, semua masyarakat diharuskan untuk diam di rumah. Sehingga dengan adanya *e-commerce*, proses jual beli secara online menjadi lebih mudah dan tidak mengharuskan masyarakat keluar rumah untuk berinteraksi dengan penjual secara langsung. Salah satu e-commerce yang sedang *hype* atau banyak diminati orang adalah *Shopee*. Mereka memilih *shopee* karena selain dapat diakses dengan mudah, penggunaan dan tampilan aplikasi ini juga sangat informatif dan tertata. Sehingga memudahkan pemakaian aplikasi bagi penggunanya.

Tata cara pembuatan akun *Shopee*

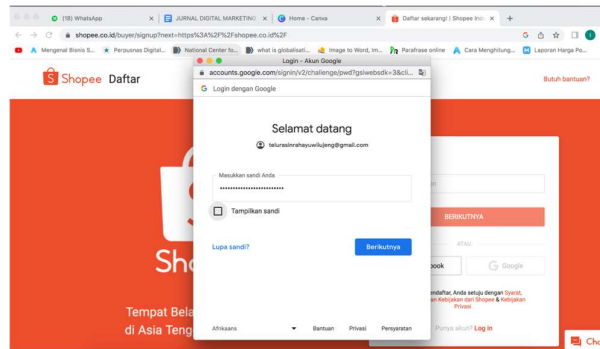
1. Buka aplikasi *Shopee*
2. Lalu pilih “Daftar” dan pilih opsi “Google”



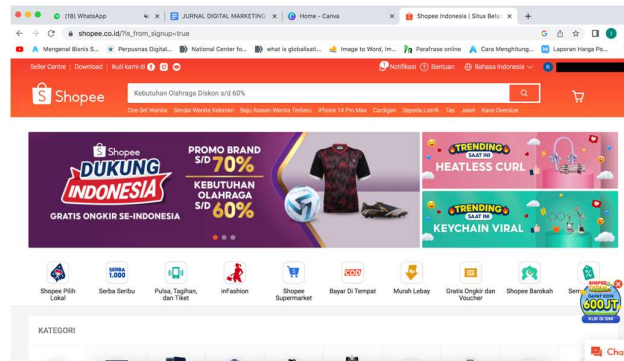
3. Masukkan email pengguna



4. Masukkan password email pengguna



5. Akun Shopee telah terbentuk dan bisa digunakan



KESIMPULAN

Hasil dari penelitian yang telah dilakukan menyatakan bahwa pelaku usaha telur asin Rahayu Wilujeng menghadapi suatu kendala yang berkaitan dengan pemasaran produknya. Hal tersebut menjadi persoalan bagi pelaku usaha untuk memenuhi kebutuhan pasar akibat dari kurangnya informasi mengenai pemasaran di era globalisasi saat ini. Dengan demikian, hasil dari kegiatan pengabdian yang dilaksanakan oleh KKN-T kelompok 06 adalah dengan memberikan solusi berupa mengganti kemasan produk dengan stiker bermerk, memberi pengetahuan akan pentingnya pemasaran digital, dan pelatihan pemasaran digital yang mencakup pembuatan serta cara penggunaan *social media* dan *e-commerce*. Kegiatan pengabdian ini diharapkan dapat membantu memperluas jangkauan pemasaran bagi usaha yang dimiliki oleh Pak Muslimin, sehingga mampu menjaga keberlangsungan usaha tersebut.

SARAN

UMKM Telur Asin Rahayu Wilujeng disarankan untuk lebih mengoptimalkan pengetahuan mengenai perkembangan teknologi informasi. Dengan demikian, UMKM Telur Asin Rahayu Wilujeng dapat menggali inovasi-inovasi cara marketing yang lebih modern sehingga proses promosi produk melalui *social media* mengalami peningkatan volume pendapatan secara berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Naimah, R. J., Wardhana, M. W., Haryanto, R., & Pebriyanto, A. (2020). Penerapan digital marketing sebagai strategi pemasaran UMKM. *Jurnal IMPACT : Implementation and Action*, 2(2), 119-130.
- Fitri, W., & Hamid, F. Z. (2020, September). Pengaruh Perubahan Logo (Rebranding) Danone terhadap Ekuitas Merek Aqua. *Industrial Research Workshop and National Seminar*, 888-889.
- Setiawati, I., & Widyartati, P. (2017). Pengaruh strategi pemasaran online terhadap peningkatan laba UMKM. *Proceedings*, 1(1).
- Wardhana, A. (2015, April). Strategi Digital Marketing dan Implikasinya pada Keunggulan Bersaing UKM di Indonesia. *Seminar Nasional Keuangan Dan Bisnis IV*, 327-337.
- Winata, D. F., & Gunawan, B. P. (2022). Peningkatan Inovasi dan Penjualan UMKM Sadel Rasing (Susu Kedelai Rasa Gak Asing) Melalui Strategi Pemasaran Digital. *Among : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(2), 1-6.