

## Digitalisasi Dalam Pemasaran Produk UMKM Pasar Wisata Harmoni Keputih Surabaya

**Errina Eka Yahyaningtyas**

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

**Jojok Dwiridotjahjono**

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

Jl. Rungkut Madya No. 1, Gn Anyar, Gn. Anyar, Kota Surabaya, Jawa Timur

Korespondensi penulis: [20042010064@student.upnjatim.ac.id](mailto:20042010064@student.upnjatim.ac.id)

**Abstract:** *Kuliah Kerja Nyata (KKN) Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur is an activity that is expected to be a learning tool for students to become a forum for students to actively contribute to nation building in the field of UMKM development. The main potential of UMKM in the Keputih Village is a strategic area, because of tourism and also being close to universities, making it the target market for marketing UMKM in Keputih. But there are obstacles in the process of developing and selling its products. There are culinary centers in the Keputih Village that have problems that have not implemented digital marketing, UMKM actors are still implementing conventional marketing. Based on the results of observations and observations made using the survey method, and interviews that have been carried out with the Keputih Village and UMKM actors, the main obstacle for UMKM actors is marketing. From this problem, students plan strategies to help UMKM players to capitalize on product marketing to develop UMKM businesses. As a result of this service activity, UMKM products have developed and the marketing aspects through digital are going well.*

**Keywords:** *UMKM; marketing digitalization; business development*

**Abstrak:** Program Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur merupakan kegiatan yang diharapkan menjadi sarana pembelajaran bagi mahasiswa untuk menjadi wadah bagi mahasiswa untuk berkontribusi aktif pada pembangunan bangsa pada bidang pengembangan UMKM. Potensi utama dari UMKM di Kelurahan Keputih adalah wilayah yang strategis karena adanya wisata dan juga dekat dengan perguruan tinggi ini menjadikan target pasar untuk pemasaran UMKM yang ada di Keputih. Tetapi terdapat kendala dalam proses pengembangan dan penjualan produknya. Terdapat sentra kuliner yang ada di Kelurahan Keputih memiliki kendala yang belum menerapkan pemasaran melalui digital pelaku UMKM masih menerapkan pemasaran konvensional. Berdasarkan hasil pengamatan dan observasi yang dilakukan dengan metode survei, dan wawancara yang sudah dilaksanakan dengan pihak Kelurahan Keputih dan para pelaku UMKM kendala utama dari para pelaku UMKM yaitu mengenai pemasaran. Dari permasalahan ini sehingga mahasiswa merencanakan strategi untuk membantu pelaku UMKM untuk mengitalisasikan pemasaran produk untuk mengembangkan usaha UMKM. Hasil dari kegiatan pengabdian ini produk UMKM mengalami perkembangan dan aspek pemasaran melalui digital berjalan dengan baik.

**Kata Kunci :** UMKM; digitalisasi pemasaran; pengembangan usaha

### LATAR BELAKANG

Program Kuliah Kerja Nyata (KKN) menurut (Syardiansah, 2019) merupakan salah satu program yang menambah daya kritis dan memberikan pengalaman belajar hingga bekerja bagi mahasiswa melalui kegiatan pemberdayaan masyarakat. Kuliah Kerja Nyata juga tertulis pada Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 tahun 2003 pasal 20 ayat 2 dimana perguruan tinggi memiliki kewajiban dalam penyelenggaraan pendidikan, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat. Program Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur (UPNVJT) juga merupakan bentuk UPN “Veteran” Jawa Timur memenuhi kewajibannya sebagai perguruan tinggi. UPN “Veteran”

*Received Mei 30, 2022; Revised Juni 16, 2023; Accepted Juli 17, 2023*

\* Errina Eka Yahyaningtyas, [20042010064@student.upnjatim.ac.id](mailto:20042010064@student.upnjatim.ac.id)

Jawa Timur berperan sebagai perguruan tinggi yang merancang pola pembelajaran inovatif untuk membantu keterampilan mahasiswa salah satunya dengan program Kuliah Kerja Nyata. Kegiatan KKN ini diharapkan menjadi sarana pembelajaran bagi mahasiswa untuk dapat memecahkan permasalahan yang terjadi secara nyata di lingkungan masyarakat dan juga menjadi wadah bagi mahasiswa untuk berkontribusi aktif pada pembangunan bangsa.

Di Kelurahan Keputih memiliki beberapa potensi UMKM yang tersebar di seluruh wilayah tersebut antara lain yaitu hidroponik, ecoprint, sentra wisata kuliner, pujasera harmoni, dan olahan ikan tambak. Dengan adanya potensi- potensi tersebut maka dapat dimanfaatkan para pelaku UMKM untuk mengembangkan usahanya. Ada 50 UMKM yang terdaftar di Kelurahan Keputih. Dari data yang diberikan oleh pihak kelurahan terdapat 47 UMKM. Potensi utama dari UMKM di Kelurahan Keputih adalah wilayah yang strategis. Wilayah strategis tersebut disebabkan oleh adanya wisata seperti hutan bambu, taman harmoni, pujasera harmoni, dan sentra wisata kuliner yang dapat dijadikan sebagai tempat pemasaran secara offline. Selain hal tersebut, karena daerah keputih dekat dengan beberapa universitas, sehingga banyak mahasiswa yang dapat dijadikan sebagai target pasar dari UMKM tersebut. Berdasarkan hasil pengamatan dan observasi yang dilakukan dengan metode survei, diskusi, dan tanya jawab yang dilakukan dengan beberapa ketua RT dan RW di lingkungan Kelurahan Keputih kendala utama dari para pelaku UMKM yaitu mengenai pemasaran.

Analisa yang dilakukan mahasiswa KKN menggunakan sistem observasi dan wawancara sehingga mengetahui potensi UMKM di Kelurahan Keputih yaitu pada sentra kulinernya yaitu Pasar Wisata Harmoni Keputih dan juga mengetahui kendala yang terjadi, kendala tersebut adalah pemasaran produk berbasis digital marketing yaitu merupakan sebuah kegiatan pemasaran produk ataupun promosi produk yang dilakukan melalui media digital. Digital marketing yang berbasis media elektronik contohnya seperti iklan di televisi maupun radio, untuk digital marketing yang berbasis media internet yaitu seperti media sosial dan juga *e-commerce*. Tetapi pada saat ini yang sering digunakan adalah digital marketing yang berbasis media internet karena sangat mendukung dan mengoptimalkan pemasaran produk, serta mempertahankan reputasi dari produk tersebut.

Pemasaran dengan media sosial adalah salah satu strategi pemasaran untuk mempromosikan dan memperkenalkan sebuah merek dagang dengan menggunakan media digital. Sebagai contoh Instagram yang memiliki fitur promosi bagi penggunanya yang menjalankan bisnis. Instagram menjadi salah satu platform media online yang mulai diminati masyarakat Indonesia untuk menunjang promosi bisnis yang sedang dijalankan. Fitur promosi

di Instagram membuat jumlah pengguna aktif Instagram meningkat. Berdasarkan hasil survei, kami menemukan permasalahan UMKM di Pasar Wisata Harmoni Keputih yaitu terdapat pegiat UMKM yang sampai saat ini masih menggunakan pemasaran secara konvensional dan cenderung tertinggal dibandingkan pegiat UMKM lain yang sudah menggunakan pemasaran melalui media sosial. Berhubungan dengan adanya peningkatan pengguna Instagram, maka dari itu kami melakukan pendampingan pembuatan Instagram guna menunjang pemasaran UMKM setempat. Selain media sosial Instagram UMKM juga dibantu melakukan pemasaran untuk mengenalkan produknya dengan jangkauan yang lebih luas dengan menggunakan website, pada saat ini website sangat digemari oleh beberapa kalangan masyarakat karena mudah diakses dan informasi informasi yang berikan lebih informatif. Katalog menu yang berbasis digital juga termasuk digitalisasi pemasaran Pasar Wisata Harmoni Keputih karena lebih memudahkan pengunjung karena hanya mengscan katalog menu sudah dapat melihat berbagai menu yang tersedia di Pasar Wisata Harmoni Keputih.

Untuk itu, perumusan masalah kegiatan pengabdian pada masyarakat melalui program KKN-T MBKM adalah strategi yang dapat dilaksanakan dalam melakukan digitalisasi pemasaran produk UMKM Pasar Wisata Harmoni Keputih. Dan fokus tujuan kegiatan ini adalah untuk membantu UMKM untuk digitalisasi pemasaran produk sehingga diharapkan dapat mengembangkan usahanya.

## **METODE PENELITIAN**

Kegiatan KKN-T MBKM mahasiswa ini merupakan kegiatan pelatihan serta pendampingan UMKM dalam memanfaatkan dan mengembangkan media sosial yang digunakan oleh UMKM untuk memperluas pemasaran produk melalui digital marketing. Kegiatan KKN-T MBKM ini berlangsung selama kurang lebih 4 bulan yang berlangsung di Kelurahan Keputih Kota Surabaya. Berdasarkan survei yang telah dilaksanakan diketahui beberapa permasalahan atau kendala yang dihadapi, maka terdapat beberapa usulan kegiatan KKN-PPM yang bertujuan untuk meningkatkan penjualan dan pendapatan dengan memanfaatkan teknologi digital untuk kegiatan pemasaran, khususnya pada UMKM Pasar Wisata Harmoni Keputih, dengan kegiatan-kegiatan berikut ini:

Melakukan kegiatan pelatihan. Pelatihan yang dilaksanakan berupa pelatihan pengembangan konten dan manajemen sosial media, kegiatan pelatihan ini bertujuan untuk memberikan skill kepada para pelaku UMKM Pasar Wisata Harmoni Keputih.

Melakukan kegiatan pendampingan. Pendampingan dengan menggunakan metode *door to door* dengan melakukan monitoring pembuatan akun Instagram serta mengelola akun

Instagram ini dapat dilakukan dengan merapikan tampilan feeds, membuat *copywriting* yang menarik, pembuatan website serta pembuatan katalog menu berbasis digital.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

UMKM Pasar Wisata Harmoni Keputih merupakan paguyuban sentra wisata kuliner yang berada di Kelurahan Keputih Surabaya. Berdasarkan hasil survei yang telah dilakukan terdapat 19 UMKM yang berada di Pasar Wisata Harmoni Keputih terdiri dari :

**Tabel 1. UMKM Pasar Wisata Harmoni Keputih**

No	Nama UMKM	Produk UMKM
1.	Warkop 4K	Es teh dan kopi
2.	Alya Boba	Es blewah, red velvet, dan bubblegum
3.	Es Campur	Es teler, campur, dan pisang ijo
4.	Roti Bakar	Roti bakar
5.	Dapur Kiyoshi & Lia	Sempol dan tahu walik
6.	Kedai Bakso Cakpri "GB"	Bakso campur isi tetelan, isi daging campur, isi beranak kasar, dan isi beranak campur
7.	Dapur Acak	Kimbab, nasi krawu, jagung, dan ayam kremes
8.	Dapoer Eco Bu Yati	Lontong mie dan gado-gado
9.	Segenap Jiwa	Spaghetti, nasi ayam pop, ceke, dan ayam katsu
10.	Warung Nasi Khas Madura	Nasi babat
11.	Lok-Lok Chef Dira	Sosis bakar
12.	Halwa Snack	Kacang telur, kerupuk ikan, dan kuping gajah
13.	Gedang Lumer	Pisang coklat
14.	Ar Rohmah	Sinom, seblak, dan lontong kupang
15.	Tegal Makmur	Ayam geprek
16.	Warung Barokah	Nasi penyetan
17.	Rawon Lekoh	Rawon
18.	Tombo Luwe	Nasi dan mie goreng
19.	Bu Rete	Mie ayam dan mie gobyos

Berdasarkan tabel diatas terdapat 19 UMKM yang berada di Pasar Wisata Harmoni Keputih dan berdasarkan tabel 19 UMKM tersebut termasuk pada UMKM *food and beverage*. Dikarenakan UMKM Pasar Wisata Harmoni Keputih ini masih kurang menerapkan strategi pemasaran digital dan branding usaha secara benar, maka beberapa program pelatihan dan pendampingan dapat dilakukan yang sekiranya dibutuhkan oleh pihak UMKM Pasar Wisata Harmoni Keputih, antara lain:

Pelaku UMKM Pasar Wisata Harmoni Keputih sadar akan kurangnya pengetahuan tentang manajemen sosial media sehingga membutuhkan pelatihan lebih terkait pemanfaatan sosial media, maka dari itu dilaksanakannya pelatihan terkait *digital marketing* melalui media sosial Instagram. Pelatihan yang bertemakan "Pengembangan Konten dan Manajemen Media Sosial". Kelompok KKN-T MBKM menginisiasi kegiatan ini karena melihat bagaimana kebutuhan masyarakat, khususnya bagi para pelaku UMKM dalam mengembangkan UMKM

nya. Bapak Harjuno Yumatri Utomo, S.M. yang merupakan founder dari Kreatif.id menjadi pembicara dalam pelatihan.

Dalam pelatihan ini Bapak Harjuno Yumatri Utomo memberikan *tips* dan *tricks* terkait penggunaan media sosial Instagram guna untuk memasarkan produk dengan jangkauan yang lebih luas setelah meningkatkan *awareness* dilanjutkan menjelaskan tentang *step-by-step* cara mengedit konten foto dan video produk secara sederhana untuk pemasaran produk.



**Gambar 1. Praktisi melakukan penyampaian materi**

Pada hasil kegiatan tersebut, menunjukkan bahwa pelaku usaha tertarik akan halnya membuat konten untuk memasarkan produknya, maka dari itu dilakukanlah pendampingan foto produk guna untuk meningkatkan mutu dan kualitas hasil foto produk untuk penjualan digital. Hal yang dipersiapkan dalam pelaksanaan pendampingan ini adalah mempersiapkan properti seperti *ringlight*, kain, kertas karton, dan peralatan lain untuk mempercantik hasil foto produk. Setelah melakukan foto produk langkah selanjutnya adalah mengedit foto tersebut menggunakan aplikasi canva untuk membuat feeds Instagram agar penampilan lebih menarik.



**Gambar 2. Pendampingan foto produk UMKM**

Untuk langkah berikutnya pembuatan Instagram serta proses edit konten untuk foto dan video produk UMKM. Capaian untuk kegiatan ini adalah akun Instagram Pasar Wisata

Harmoni Keputih, mahasiswa mendampingi secara langsung proses pendaftaran akun *official Instagram* UMKM terkait. Berikut langkah-langkah proses pendaftaran akun *Instagram* :

- Mengunduh dan install aplikasi *Instagram* melalui *Google PlayStore* atau *AppStore*
- Membuka aplikasi *Instagram*, lalu pilih menu baru kemudian daftar nomor telepon atau daftar dengai email. Lalu lengkapi data diri
- Verifikasi akun dengan kode OTP yang sudah dikirim melalui nomor atau email yang sudah didaftarkan
- Setelah akun terverifikasi dapat menggunakan akun *Instagram*

Dari capaian ini dimaksudkan untuk memperkenalkan produk UMKM Pasar Wisata Harmoni Keputih kepada masyarakat secara luas sehingga produk tersebut akan lebih dikenal. Hasil yang diharapkan setelah adanya program kerja ini adalah pelaku UMKM Pasar Wisata Harmoni Keputih dapat mengelola akun Instagram yang sudah dibuat selain itu pelaku UMKM juga mempergunakan akun pemasaran Instagram ini dengan baik dan bijak yaitu dengan sering membuat konten yang bertujuan untuk mempromosikan produknya.



**Gambar 3. Instagram Pasar Wisata Harmoni Keputih**

Akun Instagram yang dibuat untuk UMKM Pasar Wisata Harmoni Keputih yaitu dengan *username* @pasarwisataharmonikeputih. Setelah akun Instagram dibuat, mahasiswa membantu untuk memposting konten foto produk yang sudah dibuat serta membuatkan copywriting untuk setiap konten yang di upload.

Website berperan sebagai media pemasaran yang penting dalam era digital saat ini, banyak konsumen yang mengandalkan website sebagai sumber informasi dan penelusuran produk sebelum mereka melakukan keputusan pembelian. Melalui website UMKM dapat menyajikan informasi yang lengkap mengenai produk yang ditawarkan. Pembuatan website

Pasar Wisata Harmoni Keputih diharapkan informasi mengenai Pasar Wisata Harmoni Keputih dapat tersampaikan dengan baik kepada pengunjung, dan mereka dapat memperoleh gambaran yang jelas mengenai sentra UMKM yang ada di Pasar Wisata Harmoni Keputih.



**Gambar 4. Website Pasar Wisata Harmoni Keputih**

Berikut website Pasar Wisata Harmoni Keputih pembuatan website ini sebagai upaya dalam digitalisasi Pasar Wisata Harmoni Keputih. Yang bertujuan untuk memperluas jangkauan pemasaran dan meningkatkan visibilitas Pasar Wisata Harmoni Keputih, sehingga dapat menarik lebih banyak pelanggan. Dengan adanya website, diharapkan Pasar Wisata Harmoni Keputih akan semakin dikenal secara luas, dan peluang untuk mendapatkan pelanggan baru semakin tinggi.

Dalam upaya digitalisasi pemasaran UMKM Pasar Wisata Harmoni Keputih selanjutnya adalah mahasiswa membuat katalog menu berbasis digital dengan membuat barcode yang dapat diakses dan menampilkan menu setiap tenant UMKM di Pasar Wisata Harmoni Keputih beserta foto produk yang menarik. Upaya digitalisasi ini perkembangan perkembangan teknologi informasi di era digital sehingga dapat dimanfaatkan UMKM Pasar Wisata Harmoni keputih dalam penyebaran informasi hingga pada bidang promosi produk UMKM.



**Gambar 5. Katalog menu Pasar Wisata Harmoni Keputih**

Dengan adanya katalog menu yang berbasis digital dengan menggunakan QR Code ini memudahkan pengunjung dalam menemukan produk yang ingin mereka cari, serta memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai penawaran produk. Dengan platform media sosial Instagram dan website serta katalog menu yang sudah dibuat dapat membantu UMKM Pasar Wisata Harmoni Keputih untuk lebih dikenal oleh banyak kalangan masyarakat. Dan juga dengan digitalisasi pemasaran produk yang sudah dilakukan diharapkan tersebar luas dan menarik pelanggan untuk datang di sentra wisata kuliner Pasar Wisata Harmoni Keputih. Semoga dengan kegiatan yang sudah terlaksana ini dapat berdampak positif membantu meningkatkan potensi dari UMKM Pasar Wisata Harmoni Keputih.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

Pasar Wisata Harmoni Keputih merupakan sentra wisata kuliner unggulan dari Kelurahan Keputih. UMKM ini merupakan UMKM yang bergerak pada bidang *food and baverage* terdapat 19 UMKM yang sudah dibantu oleh mahasiswa. Melalui kegiatan observasi, dan wawancara pada pelaku UMKM ini terlihat terdapat kendala akan halnya pemasaran. Sebelum itu mahasiswa mengadakan pelatihan mengenai pengembangan konten dan manajemen media sosial pada pelatihan ini pelaku UMKM diberikan pengetahuan cara menggunakan sosial media serta membuat konten yang sederhana selanjutnya mahasiswa membuat kegiatan pendampingan untuk foto produk agar lebih menarik, mahasiswa juga membuat media sosial Instagram dan website untuk mengubah pemasaran produk dari awalnya pemasaran konvensional menjadi pemasaran melalui digital untuk UMKM Pasar Wisata Harmoni Keputih. Selain itu mahasiswa juga membuat katalog menu berbasis digital dengan adanya QR Code untuk memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai penawaran produk.

Hendaknya pemahaman pelaku UMKM Pasar Wisata Harmoni Keputih dapat ditingkatkan lagi dalam halnya pemahaman tentang *digital marketing* karena hal ini menjadi peran penting untuk perkembangan usaha yaitu dapat meningkatkan pemasaran digital. Diharapkan juga setelah adanya kegiatan pelatihan mengenai manajemen sosial media dan pembuatan konten, dan dilanjutkan pendampingan foto produk hingga pembuatan media sosial Instagram dan Website serta untuk menunjang pemasaran digital lainnya yaitu pembuatan katalog menu berbasis digital ini pelaku UMKM dapat menerapkan ilmu yang sudah didapatkan secara maksimal dan pendampingan yang sudah terlaksanakan dapat memberikan solusi terhadap permasalahan yang ada.

## **UCAPAN TERIMAKASIH**

Penulis jurnal mengucapkan terima kasih kepada pihak Kelurahan Keputih yang sudah memberikan kesempatan dan dukungan kepada kelompok 74 KKN-T MBKM untuk melakukan program kerja untuk membantu UMKM Pasar Wisata Harmoni Keputih dalam digitalisasi pemasaran produknya. Ucapan terima kasih juga ditunjukkan kepada seluruh pelaku UMKM Pasar Wisata Harmoni Keputih yaitu 19 pelaku UMKM yang telah berkontribusi dalam pengabdian masyarakat yang sudah terlaksana sekitar 4 bulan ini sebagai UMKM yang bersedia untuk dibantu dalam perkembangan usaha pada bidang pemasaran produknya. Terima kasih kepada Ibu Roziana Febriantika, S.Sos., M.A. selaku Dosen Pembimbing lapangan KKN-T MBKM Kelompok 74 yang sudah memberikan saran hingga dukungan sehingga kegiatan program kerja ini terlaksana dengan baik dan juga lancar. Penulis mengutarakan terima kasih kepada Dr. Jajok Dwiridotjahjono, S.Sos., M.Si. selaku Dosen Pembimbing pembuatan jurnal dengan segala bentuk bimbingannya untuk penyempurnaan jurnal ini. Tak lupa ucapan terima kasih kepada teman-teman kelompok 74 KKN-T MBKM yang sudah berkontribusi pada pengabdian masyarakat yang sudah terlaksana ini.

## **DAFTAR REFERENSI**

- Hilmiana, H., & Kirana, D. H. (2022). Digitalisasi Pemasaran Dalam Upaya Untuk Meningkatkan Pendapatan Umkm Segarhalal. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 74. <https://doi.org/10.24198/kumawula.v5i1.35886>
- Arfan, N., & Hasan, H. A. (2022). Penerapan Digital Marketing dalam Upaya Peningkatan Pendapatan Usaha Mirko Kecil dan Menengah. *Iltizam Journal of Shariah Economic Research*, 6(2), 212–224.