



ABDIMAS BERKARYA

Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkarya

DOI : <https://doi.org/10.62668/berkarya.v2i04.670>

PENDAMPINGAN DIGITALISASI MARKETING PADA UMKM KUE BASAH DAN KUE KERING “DAPOER KAMWY” DI KELURAHAN PLOSOKEREP

Pandu Dewa Dana¹, Marcianda
Pinkan Y², Fitria Nuraini³,
Geanabella Bahrossafa A⁴, Rohma
Kusuma Zulianti⁵, Gideon Setyo
Budi Witjaksono⁶

¹Agribisnis, Universitas Pembangunan Nasional
“Veteran” Jawa Timur, Indonesia

²Agroteknologi, Universitas Pembangunan
Nasional “Veteran” Jawa Timur, Indonesia

³Ekonomi Pembangunan, Universitas
Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur,
Indonesia

^{4,5}Administrasi Publik, Universitas Pembangunan
Nasional “Veteran” Jawa Timur, Indonesia

⁶Linguistik, Universitas Pembangunan Nasional
“Veteran” Jawa Timur, Indonesia

Article history

Received : 10 Juni 2023

Revised : 13 Juni 2023

Accepted : 02 Agustus 2023

Available Online : 30 Agustus 2023

*Corresponding author :

Nama : Lisma Rosmawati

Email : rosmalisma67@gmail.com

Licensed Under

a Creative Commons

Attribution 4.0

International License



Abstrak

Saat ini begitu banyak peluang yang muncul dari adanya aktivitas pemasaran *digital*. Suatu usaha bisa menjangkau banyak konsumen tanpa harus membuka gerai atau toko di daerah yang ingin di jangkau sebagai pasar karena adanya akses internet dan perangkat *digital* yang mendukung pelaku usaha bisa memasarkan produknya lebih luas. Pemerintah Blitar memberi banyak kemudahan untuk pelaku usaha UMKM dengan memberikan pelatihan maupun *event* UMKM gunanya untuk mendorong usaha UMKM bisa semakin memperluas dan memajukan usahanya, demi tercapai tujuan diperlukan pengelolaan pemasaran yang profesional, efektif dan efisien. Dapoer MakWy merupakan salah satu UMKM di wilayah Kelurahan Plosokerep di kota Blitar. 3 tahun sudah merintis usahanya namun, usaha Dapur MakWy masih belum berkembang secara signifikan, pelanggan yang belum tetap sehingga membuat pendapatan belum menentu. Maka dari itu, kelompok 34 melakukan pendampingan dengan metode memanfaatkan media digital sebagai salah satu cara pemasaran UMKM Dapoer MakWy yaitu dengan *digital marketing*. Hasilnya kelompok 34 melakukan kegiatan pembuatan akun instagram, mengelola akun shopee, dan pembuatan *website*. Kegiatan pendampingan UMKM dalam memanfaatkan dan mengembangkan media sosial yang digunakan oleh UMKM dengan tujuan untuk memperluas pemasaran produk melalui *digital marketing*.

Kata Kunci: *Digital, Marketing, Pemasaran, Digital Marketing, UMKM, Plosokerep*

Abstract

Currently, there are so many opportunities that arise from digital marketing activities. A business can reach many consumers without having to open outlets or shops in the area it wants to go as a market because of internet access and digital devices that support businesses to market their products more broadly. The Blitar government provides many conveniences for UMKM businesses by providing UMKM training and events to encourage UMKM businesses to expand further and advance their business. In order to achieve goals, professional, effective and efficient marketing management is needed. Kitchen MakWy is one of the UMKMs in the Plosokerep Village in the city of Blitar. It's been 3 years since starting the business, however, Dapur MakWy's business has not developed significantly, the customers are not permanent, so the income is uncertain. Therefore, group 34 provided assistance by utilizing digital media as a marketing method for UMKM MakWy Kitchen, namely digital marketing. As a result, group 34 carried out activities to create Instagram accounts, manage Shopee accounts, and create websites. UMKM assists in utilizing and developing social media used by UMKMs to expand product marketing through digital marketing.

Keywords: *Digital, Marketing, Digital Marketing, UMKM, Plosokerep*

PENDAHULUAN

Saat ini, begitu banyak peluang yang muncul dari adanya aktivitas pemasaran *digital*. Pelaku usaha bisa menjangkau banyak konsumen tanpa perlu membuka gerai atau toko di daerah yang ingin di jangkau sebagai pasar karena adanya akses internet dan perangkat *digital* yang mendukung pelaku usaha bisa memasarkan produknya lebih luas. Di Kelurahan Plosokerep Kecamatan Sananwetan Kota Blitar yang terbagi menjadi menjadi 23 RT dan 7 RW. Daerah ini didominasi oleh pelaku bisnis dan UMKM khususnya pada usaha industri kecil dan rumah tangga yang mempunyai prospek untuk berkembang pesat dan meningkatkan pendapatan daerah. Di dukung dengan Pemerintah Blitar sendiri yang memberi kemudahan kepada pelaku usaha UMKM untuk semakin memperluas dan pengembangan usahanya, setiap bulan selalu ada pelatihan dan *event* yang sengaja diadakan oleh pemerintah kota Blitar sebagai dukungan terhadap UMKM daerah demi tercapainya tujuan memajukan dan meningkatkan pendapatan dan mengurangi pengangguran kota Blitar maka diperlukan pengelolaan pemasaran yang profesional, efektif dan efisien. Namun nyatanya, sebagian pelaku UMKM masih kurang dalam pengetahuan mengenai teknologi digital sehingga pemasaran dalam usaha UMKM belum bisa dilakukan secara optimal.

Dapoer MakWy merupakan salah satu UMKM di wilayah kelurahan plosokerep kota Blitar yang masih mengembangkan usahanya. Produk yang dijual yaitu kue basah dan kue kering seperti Kue Nastar, Kue Kastengel, Kue Putri Salju dan Kue Keju Palembang dan kue basah terdiri dari kue brownis kukus. Harga per kue cukup beragam mulai dari Rp2.500 an – Rp100.000 an tergantung kue apa yang dipesan dan juga pengemasan seperti apa yang diinginkan oleh konsumen. Walaupun dengan harga yang murah tetapi kualitas produk yang ditawarkan sangat baik bahan yang dipakai untuk membuat produk dari bahan pilihan dan sesuai takaran yang pas. Adapun usaha Dapoer MakWy sudah 3 tahun berjalan perkembangan usaha secara signifikan belum maksimal terlihat dari pelanggan tetap masih belum banyak serta pendapat belum menentu.

Melihat akan potensi yang ada pada UMKM Dapoer MakWy serta keinginan pemilik usaha untuk mencoba belajar media sosial sebagai salah satu cara dalam pemasaran produk usahanya. Kami dari kelompok 34 bertujuan untuk melakukan pendampingan pada UMKM Dapoer MakWy dengan persetujuan kedua belah pihak antara kelompok 34 dan Dapoer MakWy untuk melakukan pendampingan *digitalisasi marketing* tujuannya untuk membantu pemasaran dan penggunaan media sosial kepada pelaku usaha UMKM.

METODE PELAKSANAAN

Metode yang digunakan pada kegiatan pendampingan UMKM dalam memanfaatkan dan mengembangkan media sosial yang digunakan oleh UMKM untuk memperluas pemasaran produk melalui digital marketing. Kegiatan pendampingan berlangsung selama 1 bulan. Berdasarkan pada permasalahan yang ada, terdapat beberapa rencana kegiatan pendampingan tujuannya untuk meningkatkan penjualan dan pendapatan dengan memanfaatkan teknologi digital untuk kegiatan pemasaran, khususnya pada UMKM dapoer makwy dengan kegiatan-kegiatan berikut ini:

1. Akun Instagram.

Membuat dan mengelola akun Instagram dengan merapikan tampilan feeds, membuat

- copywriting* yang menarik, memasukkan testimoni di *highlight*, dan mencantumkan halaman *website* pemesanan serta link akun shopee.
2. Mengelola Akun Shopee.
Mengelola akun Shopee dengan cara merapikan tampilan produk yang dijual agar lebih menarik perhatian calon pembeli.
 3. *Website*.
Membuat *website* yang mana di dalamnya terdapat informasi alamat dan foto produk dapoer makwy yang bisa dilihat dihalaman *website*.

HASIL PEMBAHASAN

Dapoer MakWy merupakan salah satu UMKM dalam bidang makanan ringan dan makanan tradisional yang terdiri dari bermacam – macam varian dimulai dari kue kering seperti Kue Nastar, Kue Kastangel, Kue Putri Salju, dan Kue Keju Palembang. Lalu untuk kue basah yang terdiri dari Kue Brownis kukus. Dapoer MakWy didirikan oleh Ibu Siti Fatimah di wilayah kelurahan plosokerep yang pada saat itu masih merintis dan sekarang telah 3 tahun berjalan usahanya. Harga per kue cukup beragam mulai dari Rp2.500 an – Rp100.000 an tergantung kue apa yang dipesan dan juga pengemasan seperti apa yang diinginkan oleh konsumen.

Usaha Dapoer MakWy berdiri sejak tahun 2020 adapun kendala yang dialami UMKM Dapoer MakWy yaitu pelanggan tetap masih belum banyak, pesanan masih disekitaran warga wilayah kelurahan setempat dan pemasaran belum luas sehingga membuat pendapatan usaha belum menentu. Dalam membangun usaha dan produknya supaya berkembang Dapoer MakWy ingin mengembangkan pemasaran dan penjualannya dengan memanfaatkan *digital marketing* supaya UMKM Dapoer MakWy dan produknya semakin dikenal secara luas oleh masyarakat.

Kelompok 34 melakukan pendampingan dengan persetujuan dengan pemilik usaha yaitu Bu Winda untuk memajukan usahanya dan dengan senang hati Bu Winda menyambut baik pendampingan yang akan kelompok 34 lakukan. Setelah melakukan analisis tanya jawab dan observasi pada Dapoer MakWy maka pendampingan yang dibutuhkan dan telah dilaksanakan oleh kelompok 34, antara lain:

1. Akun Instagram

Kelompok 34 membantu dalam mengelola akun instagram Dapoer MakWy ini bertujuan meningkatkan *branding* UMKM Dapoer MakWy selama satu bulan pendampingan. Setelah memperbarui deskripsi bio UMKM, selanjutnya pembuatan konten yang diunggah seperti pada gambar. Dengan adanya media sosial pemasaran dan konten nantinya semakin menjangkau banyak calon konsumen. Berdasarkan pengelolaan akun instagram dengan melakukan pengembangan konten – konten yang diunggah serta adanya *review* menambah instagram dapoer makwy semakin menarik.



Gambar 1. Instagram @dapur_makwy

2. Mengelola akun Shopee

Kelompok 34 melakukan kegiatan mengelola akun Shopee UMKM Dapoer MakWy dengan cara memberikan pemahaman mengenai fitur – fitur yang tersedia di akun shopee dari mulai membuat akun, memposting produk yang akan dijual, lalu memilih jasa pengiriman yang akan digunakan hingga yang terakhir melakukan pengemasan dan menerima pesanan. Selain itu, kelompok 34 membantu dalam merapikan tampilan produk yang dijual supaya lebih menarik perhatian calon pembeli.



Gambar 2. Akun Shopee Dapur MakWy

3. Website.

Membuat *website* dan mengelola *website* yang mana di dalamnya terdapat informasi alamat dan foto produk dapur makwy yang bisa dilihat dihalaman *website*. Tujuannya selain di media sosial tapi Dapoer MakWy bisa dijelajahi pencarian *google* supaya lebih menjangkau banyak konsumen.



Gambar 3. Website Dapur Makwy

Hasil dari pendampingan selama satu bulan seperti pada diatas dijelaskan bahwa telah dilakukan pendampingan mengenai *digital marketing* yaitu melalui akun Instagram, pengelolaan akun shopee, dan *website*.

KESIMPULAN

Dapoer MakWy adalah salah satu UMKM di wilayah kelurahan plosokerep yang masih mengembangkan usahanya, walaupun sudah 3 tahun berjalan usaha Dapoer MakWy masih belum banyak menjangkau pasar. kelompok 34 melakukan pendampingan *digital marketing* dengan memanfaatkan media *digital*. Selama satu bulan pendampingan telah dilakukan seperti pengelolaan akun instagram, pembuatan akun shopee, dan pembuatan *website*. hambatan yang dihadapi saat pendampingan dengan memberikan pengetahuan mengenai *digital marketing* yang tidak mudah untuk dipelajari karena melibatkan beberapa fitur yang kadang membingungkan pemilik usaha. Namun secara perlahan mulai mengerti dan bisa mengoperasikan ketiga akun yang telah dibuat. Tujuannya tentu dapat memberikan harapan bagi UMKM daerah untuk dapat menjangkau banyak pasar dan sebagai media promosi gratis agar menekan biaya promosi UMKM Dapoer MakWy.

UCAPAN TERIMA KASIH

Para penulis mengucapkan terimakasih kepada para pihak yang terlibat, terutama pada pihak pelaku UMKM dapoer makwy di Jalan Jl. Biak Cabean No. 43, Kel. Plosokerep, Kec. Sananwetan, Kota Blitar, Jawa Timur 66134, Kelompok KKN-T 34

UPN “Veteran” Jawa Timur 2023. Dan kepada bapak Dr. Gideon Setyo Budi Witjaksono, M.Si selaku dosen pembimbing lapangan KKN-T 34 yang telah membimbing dalam pelaksanaan Kuliah Kerja Nyata Tematik UPN “Veteran” Jawa Timur 2023 dan penulis jurnal Pendampingan *Digitalisasi Marketing* Pada UMKM Kue Basah dan Kue Kering “Dapoer MakWy” di Kelurahan Plosokerep.

DAFTAR PUSTAKA

- Santoso, A. Muhammad, I. (2020). PENGUATAN PEMAHAMAN STRATEGI BRANDING MELALUI PENDAMPINGAN DARING BAGI ANGGOTA ASOSIASI PUSAT PENGEMBANGAN SUMBERDAYA WANIT. Kota Tangerang Selatan.
- Purwana, D., Rahmi, & Aditya, S. (2017). PEMANFAATAN DIGITAL MARKETING BAGI USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH (UMKM) DI KELURAHAN MALAKA SARI, DUREN SAWIT. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPPM)* 1(1): 1 – 17.
- Hilmiana. K, Desty H. 2022. DIGITALISASI PEMASARAN DALAM UPAYA UNTUK MENINGKATKAN PENDAPATAN UMKM SEGARHALA. Bandung. *Jurnal pengabdian masyarakat Kumawula*, Vol. 5, No.1, April 2022, Hal 74 – 81.