

Pemanfaatan Digital Makerting Dalam Pemasaran Produk UKM Carica, CV Yuasa Food Wonosobo

Fauziah Septiani, Veta Lidya Delimah Pasaribu, Bambang Purnomo Yanuarso

Dosen Manajemen Dan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pamulang

E-mail : dosen01771@unpam.ac.id , Veta01889@unpam.ac.id , dosen02142@unpam.ac.id

Abstrak

Tujuan dari kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini adalah untuk melaksanakan salah satu Tri Dharma Perguruan Tinggi. Selain itu, melalui kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini, diharapkan menjadi kesempatan bagi para UKM Carica, CV Yuasa Food untuk berdiskusi dengan narasumber terkait pemanfaatan digital marketing dalam pemasaran produk yang tujuan utamanya adalah untuk memberikan pelatihan pemanfaatan digital untuk memasarkan sebuah produk dari UKM. Selain itu diharapkan dengan pengabdian kepada masyarakat ini keberadaan perguruan tinggi dapat memberikan kontribusi besar kepada pengembangan dan penerapan keilmuan kepada masyarakat.

Metode yang kegiatan yang dilaksanakan adalah kami mendatangi langsung ke lokasi PKM yaitu di CV Yuasa Food, Wonosobo. Hasil pengabdian kepada masyarakat yang diperoleh yakni pengetahuan bagaimana cara memanfaatkan pemasaran sebuah produk melalui digital. Pengabdian Kepada Masyarakat kali ini diharapkan mampu memberikan semangat baru bagi dosen dalam upaya mengembangkan diri memberikan pengarahan, penyampaian materi dan motivasi serta berkontribusi bagi generasi muda baik di dalam lingkungan kampus, keluarga dan masyarakat secara luas.

Kata Kunci: Pemanfaatan Digital Marketing.

Abstract

The purpose of this Community Service activity is to carry out one of the Three Pillars of Higher Education. In addition, through this Community Service activity, it is hoped that it will be an opportunity for UKM Carica, CV Yuasa Food to discuss with speakers regarding the use of digital marketing in product marketing whose main objective is to provide training on digital utilization to market a product from SMEs. In addition, it is hoped that with this community service the existence of higher education institutions can make a major contribution to the development and application of science to the community.

The method used for the activities was that we went directly to the PKM location, namely at CV Yuasa Food, Wonosobo. The results of community service obtained are knowledge of how to utilize marketing of a product through digital. Community Service this time is expected to be able to provide new enthusiasm for lecturers in an effort to develop themselves by providing direction, delivering material and motivation and contributing to the younger generation both within the campus environment, family and society at large.

Keywords: Utilization of Digital Marketing

Pendahuluan

Degradasi ekonomi akibat pandemi covid-19 di Indonesia memberikan dampak yang sangat besar bagi dunia usaha antara lain Usaha Kecil Menengah (UKM). Berdasarkan survei, sembilan puluh enam persen (96%) UMKM mengakui bahwa operasi bisnis mereka menderita karena pandemi covid-19. Tujuh puluh lima persen (75%) UMKM melaporkan bahwa penjualan mereka menurun secara signifikan. Identifikasi masalah oleh Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah telah mengindikasikan bahwa pandemi covid-19 telah memaksa UKM menghadapi beberapa masalah seperti penurunan penjualan, kesulitan mendapatkan bahan baku, stagnan distribusi akibat lockdown, sulitnya memperoleh permodalan, dan rendahnya produktivitas karena terkekang jam kerja.

Sosialisasi strategi digital marketing dalam bentuk pemanfaatan media sosial sangatlah penting karena dapat memberi pengetahuan kepada para pelaku UMKM mengenai cara maupun tahapan dalam memperluas jaringan konsumen melalui pemanfaatan media sosial dalam memasarkan produknya sehingga dapat meningkatkan keunggulan bersaing bagi UMKM itu sendiri.

Perubahan perilaku pemasaran dari konvensional ke digital tidak diimbangi oleh keberadaan pelaku UMKM yang menggunakan digital marketing, padahal UMKM dipercaya mampu memacu perekonomian Indonesia. Pemanfaatan konsep pemasaran berbasis teknologi digital menjadi harapan bagi UMKM untuk berkembang menjadi pusat kekuatan ekonomi. UMKM dapat menggunakan media sosial sebagai sarana digital marketing. Selain biaya yang murah dan

tidak perlunya memiliki keahlian khusus dalam melakukan inisiasi awal, media sosial dianggap mampu untuk secara langsung meraih konsumen.

Salah satu Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang potensial dikembangkan dan dapat menciptakan lapangan kerja masyarakat pedesaan di UKM Carica, Wonosobo- Jawa Tengah. Hal tersebut dikarenakan carica merupakan makanan kecil / camilan yang sangat disukai oleh masyarakat luas, mulai dari anak-anak hingga orang dewasa tanpa memandang tingkat pendidikan dan strata ekonomi. Dengan potensi sumber daya manusia yang besar dan wilayah pemasaran yang luas sangat memungkinkan UMKM Carica di Wonosobo – Jawa Tengah, khususnya di Dieng dikembangkan sebagai salah satu UMKM yang dapat mengurangi pengangguran dan meningkatkan taraf hidup masyarakat pedesaan.

Akhir-akhir ini setelah adanya peraturan dari Pemerintah tentang pengurangan tenaga TKW ke luar negeri, kondisi ini memicu masyarakat kehilangan mata pencahariannya, sehingga tingkat pengangguran di kabupaten Dieng, Wonosobo cukup tinggi (Anonim, 2012). Banyaknya unit usaha dan masyarakat, khususnya kaum wanita yang terlibat dalam kegiatan UMKM pengolahan roti manis, merupakan faktor kekuatan juga kelemahan dari UMKM itu sendiri. Akibatnya UMKM roti manis di kabupaten Lumajang, khususnya di Dieng, Wonosobo - Jawa Tengah, kurang bisa berkembang dan berperan seperti yang diharapkan, kesejahteraan para UMKM carica tidak banyak berubah dan kontribusinya terhadap pendapatan daerah juga rendah. Salah satu faktor yang menyebabkan UMKM carica tidak berkembang adalah kualitasnya rendah (daya kembang rendah, masa simpan rendah, rasa kurang enak dan kenampakan kurang menarik konsumen), tidak mempunyai nilai tambah (citra diri), kemasan yang tidak

menarik konsumen dan pengolahannya tidak efisien serta pengolahannya tidak higienis

RUMUSAN MASALAH

1. Bagaimanakah pemanfaatan Digital Marketing dapat meningkatkan penjualan produk UKM Carica di CV Yuasa Food, Wonosobo?
2. Apakah pemanfaatan Digital Marketing dapat meningkatkan penjualan produk KM Carica di CV Yuasa Food, Wonosobo?

Penyusunan rencana strategi untuk mencapai tujuan bertolak dari kondisi saat ini. Setelah mengetahui tujuan awal dan tujuan pemanfaatan digital untuk memasarkan sebuah produk, langkah selanjutnya adalah Pemberian materi dengan metode ceramah dan tanya jawab, Memberikan contoh-contoh penjualan produk melalui pemanfaatan digital marketing, Pelatihan yang akan dipergunakan adalah rembuk atau tukar pendapat agar terjalin kebersamaan dan terdapat informasi dua arah sehingga apa yang kita harapkan tercapai.

Dari analisis dapat dilihat terpenuhinya pemanfaatan pemasaran sebuah produk yang dipasarkan melalui digitalisasi marketing dengan tujuan agar para UKM Carica CV Yuasa Food bisa memasarkan dengan maksimal. Selanjutnya, strategi yang disusun kembali harus memenuhi ciri realistis dan memiliki batasan waktu.

Tahap berikutnya adalah pelaksanaan kegiatan. Kegiatan ini dilaksanakan UKM Carica yang berada di CV Yuasa Food, Wonosobo, pada hari Sabtu, 04 Maret 2023 s/d Selasa, 07 Maret 2023 dari pukul 10.00. sampai dengan pukul 17.00 WIB. Kegiatan ini dilakukan dengan memberikan

penyuluhan kepada para UKM Carica yang berada di CV Yuasa Food, Wonosobo.

TUJUAN KEGIATAN

1. Untuk mengidentifikasi pemanfaatan digital marketing oleh pelaku usaha kecil dan menengah (UKM) Carica di CV Yuasa Food, Wonosobo.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis dampak pemanfaatan Digital Marketing terhadap peningkatan penjualan produk usaha kecil dan menengah (UKM) Carica di CV Yuasa Food, Wonosobo.

METODE PELAKSANAAN

Menggunakan metode presentasi dengan media Microsoft Power Point.

Adapun kegiatan dilakukan dengan beberapa tahapan yaitu:

1. Persiapan sarana dan pra-sarana untuk mendukung kegiatan
2. Pembukaan acara dilakukan oleh Ketua Pelaksana PKM ;
3. Pelaksanaan penyuluhan mengenai pentingnya menjaga lingkungan yang sehat dan bersih.
4. Pelaksanaan *games* interaktif yang berisikan sesi tanya-jawab;
5. Kegiatan diakhiri dengan pembacaan doa penutup.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Proses praktek lapangan dilaksanakan di KCK Ranting Kiznubika dalam 2 urutan yaitu:

1. Memberikan pengetahuan dan pemahaman melalui praktek lapangan
2. Quiz.

1. Memberikan Pengetahuan dan Pemahaman Kegiatan

Tahap ini memberikan pengetahuan, pemahaman melalui penjelasan tentang pentingnya, Manfaat, dan cara mengelola arus keuangan dalam rumah tangga. Sebagaimana dikemukakan di atas, tujuan dari penyuluhan ini adalah agar para UKM Carica memiliki pemahaman mengenai bagaimana cara memanfaatkan media digitalisasi agar bisa memasarkan dengan maksimal hasil produknya.

Mengikuti pameran-pameran yang cukup besar untuk mengembangkan jaringan dan memperoleh pelanggan yang baru. Pelaku usaha harus aktif mengikuti pameran produk yang diadakan berbagai lembaga pemerintah, swasta, maupun komunitas. Cara ini berguna untuk memperluas jangkauan pasar dari suatu UMKM. Selain itu, dapat melakukan kerjasama dengan berbagai merchant/outlet yang bisa membantu memasarkan produk di toko mereka. Dengan begitu, pemasaran produk bisa lebih luas dan menjangkau pasar yang luas juga.

Masalah branding. Masalah ini sering luput dari perhatian pengusaha UMKM. Belum banyak yang sadar akan pentingnya branding bagi produk dan juga usahanya. Sehingga, kebanyakan pelaku usaha hanya fokus pada menjual, menjual, dan menjual, tanpa memikirkan bagaimana kualitas merk dari produknya. Padahal, menjaga kualitas branding sangatlah penting dalam upaya membesarkan bisnis UMKM. Dengan kualitas branding yang baik, suatu produk akan lebih mudah diingat khalayak. Sehingga peluang terjadinya penjualan pun semakin besar.

Solusinya, pelaku usaha dapat melakukan analisa SWOT (Strengths, Weaknesses Opportunities, Threats) terhadap produk Anda. Artinya, pelaku usaha bisa menganalisa apa saja kekuatan, kelemahan, serta peluang dan ancaman

terhadap produk. Dari hasil analisa tersebut, pelaku usaha bisa mencoba menemukan hal yang paling menonjol dan yang paling membedakan produk sendiri dengan produk lainnya. Setelah ditemukan, pelaku usaha mengusahakan untuk konsisten menonjolkan ciri khas produk sebagai materi promosi. Bagaimana konsistensi dalam mempertahankan ciri khas produk inilah yang akan menentukan bagaimana kualitas brand atau merk.

Banyak UMKM belum memiliki badan hukum yang jelas. Mereka kurang memiliki pengetahuan tentang aspek legalitas dan perizinan, termasuk persyaratan yang harus dipenuhi dan prosedur yang harus ditempuh dalam proses pengurusannya. Sayangnya, kelemahan ini sering dimanfaatkan oknum tak bertanggungjawab untuk memeras pengusaha, dengan dalih usahanya tak memiliki izin resmi. Karenanya, jika ingin mengembangkan usaha menjadi lebih besar lagi, maka sudah waktunya pelaku usaha mengurus izin resmi usaha.

Solusinya, carilah informasi mengenai prosedur mengurus perizinan usaha, lalu terapkan caranya satu persatu. Pengurusan izin usaha ini sebaiknya tidak diwakilkan kepada orang lain, agar calon pelaku usaha bisa memahami seluk-beluk yang harus ditempuh. Jika masih bingung, pelaku usaha bisa berkonsultasi terlebih dahulu pada ahlinya, sehingga tidak merasa takut lagi untuk melangkah.

2. Quiz

Pemateri mengajukan beberapa pertanyaan terkait cara dan manfaat penggunaan media digitalisasi untuk memasarkan produk carica. Quiz dimaksudkan untuk mengetahui sejauh mana mereka sudah memahami pemanfaatan digitalisasi untuk memasarkan produk carica. Peserta sangat antusias dan merespon secara positif terhadap materi yang disampaikan.

KESIMPULAN

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) dengan judul: "Pemanfaatan Digital Marketing dalam Pemasaran Produk UKM Carica" secara umum berjalan dengan lancar dan tertib. Para UKM Carica antusias dalam menyimak penjelasan materi teori dan peragaan yang diberikan. Antusiasme pun berlanjut saat sesi tanya jawab. Kegiatan PKM ini dinilai berjalan efektif karena tingkat ketertarikan peserta cukup tinggi terhadap pembelajaran tentang bagaimana pemanfaatan digital marketing dalam pemasaran Produk Carica. Permasalahan lain yang timbul yaitu tidak adanya media pembelajaran yang memadai untuk menjelaskan suatu konsep di luar praktikum. Hal ini akan mempersulit masyarakat dalam memahami konsep sehingga tak jarang masyarakat memahami di luar konsep yang sebetulnya. Jadi dosen harus kreatif dan inovatif.

Saran

Dengan diselenggarakan kegiatan PKM ini diharapkan dapat meningkatkan etos kerja yang solid dan kinerja yang optimal dosen di Prodi Manajemen. Selanjutnya tantangan dari UKM Carica, CV Yuasa Food, Wonosobo agar para dosen bisa memberikan dan memberikan semangat untuk pelatihan yang selama ini sudah di dapat dari narasumber lain namun kurang berjalan. Sehingga para dosen diharapkan bisa belajar dan memberikan materi tersebut dalam PKM yang akan datang.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami selaku pelaksana kegiatan PKM mengucapkan terima kasih kepada UKM Carica, CV Yuasa Food Semoga kegiatan PKM ini dapat bermanfaat.

DAFTAR PUSTAKA

Astuti, W., Pasaribu, V. L. D., Oktrima, B., Saputra, H., & Rusilowati, U. (2021). UPAYA PENINGKATAN KUALITAS SUMBER DAYA MANUSIA MELALUI PENINGKATAN

KOMPETENSI. *Jurnal Abdimas Tri Dharma Manajemen*, 3(1), 22-29.

Pasaribu, V. L. D., Agrasadya, A., Shabrina, N., & Krisnaldy, K. (2020). Menjadi Entrepreneur Muda Yang Memiliki Jiwa Leadership Untuk Menghadapi Masa Depan. *Abdi Laksana: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1).

Pasaribu, V. L. D., Susanti, F., & Hartuti, E. T. K. (2019). Memotivasi Siswa dan Siswi SMK Letris Indonesia di Dalam Menentukan Pilihan Untuk Melanjutkan Pendidikan Atau Bekerja Setelah Lulus Sekolah. *Jurnal Pengabdian Dharma Laksana*, 1(2), 161-172.

Pasaribu, V. L. D., Sulaiman, S., Sutiman, S., Thaharudin, T., & Purnomo, B. Y. (2020). Pengenalan Letak Posyandu Terdekat Dikelurahan Pisangan Dengan Manajemen Pemasaran Revolusi 4.0 Untuk Meningkatkan Pengetahuan Masyarakat Letak Dan Fungsi Posyandu Terdekat Pada Kelurahan Pisangan. *Dedikasi Pkm*, 1(1), 105-110.

Pasaribu, V. L. D., Oktrima, B., Prabowo, B., Arianto, N., & Haryoko, U. B. (2020). Program Pendampingan Dan Penyelenggaraan Pendidikan Anak Pada Usia Dini Terhadap Prestasi Belajar Dilingkungan Rt 020 Rw 009. Kel Giri Peni. Kec Wates. Yogyakarta. *Jurnal Lokabmas Kreatif*, 1(1), 71-75.

Pasaribu, V. L. D., Jannah, M., Fazar, M., Putra, S. P., Monalisa, M., & Sofa, M. (2021). MENINGKATKAN PRODUKTIVITAS USAHA DIMASA PANDEMI PADA IBU PKK RT 004/003 KELURAHAN SAWAH BARU CIPUTAT, TANGERANG SELATAN. *Abdi Laksana: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 295-

- 301.
- Pasaribu, V. L. D., Yuniati, H. L., Pranata, R., Sembayu, R., Purba, S. M., & Nurbayani, T. T. A. (2021). MANAJEMEN KEUANGAN UNTUK MENGHADAPI DAN BERTAHAN DI ERA COVID 19. *Jurnal Abdimas Tri Dharma Manajemen*, 2(2), 12-18.
- Pasaribu, V. L. D., Dwiyatni, A., Sabina, C., Ridwan, M., Gunawan, D. D., & Noviani, B. C. (2021). EVALUASI PENERAPAN 3M DIMASA PANDEMIC COVID 19. *Jurnal Abdimas Tri Dharma Manajemen*, 2(2), 54-60.
- Pasaribu, V. L. D., Syafei, A. N., Farhan, A., Aufaizah, A., Irani, C., & Firtiayani, S. R. (2021). PENGARUH DISPLIN PROTOKOL KESEHATAN TERHADAP PENCEGAHAN PENULARAN VIRUS COVID-19. *Jurnal Abdimas Tri Dharma Manajemen*, 2(2), 91-98.
- Pasaribu, V. L. D., Septiani, F., Rahayu, S., Lismiatun, L., Arief, M., Juanda, A., ... & Rahim, R. (2021). Forecast Analysis of Gross Regional Domestic Product based on the Linear Regression Algorithm Technique.
- Priadi, A., Pasaribu, V. L. D., Virby, S., Sairin, S., & Wardani, W. G. (2020). Penguatan Ekonomi Kreatif Berbasis Sumber Daya Desa Dikelurahan Rempoa. *Abdi Laksana: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(3), 356-35
- Pasaribu, V. L. D., Priadi, A., Anismadiyah, V., Rahayu, S., & Maduningtias, L. (2021). PENYULUHAN KREATIF DAN INOVATIF MENINGKATKAN MUTU PRODUKSI UMKM DI DESA BELEGA KABUPATEN GIANYAR. *Pro Bono Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(02).
- Pasaribu, V. L. D. (2021). PELATIHAN BERBASIS ONLINE DI ERA COVID-19. *Jurnal Abdimas Tri Dharma Manajemen*, 2(3), 26-32.
- Pasaribu, V. L. D., & Setyowati, R. (2021). ADAPTASI KEHIDUPAN NEW NORMAL PADA MASA PANDEMI COVID-19 DIYAYASAN PONDOK PESANTREN DAN PANTI ASUHAN NURUL IKHSAN KECAMATAN SETU, KOTA TANGERANG SELATAN. *Jurnal Lokabmas Kreatif: Loyalitas Kreatifitas Abdi Masyarakat Kreatif*, 2(2), 82-88.
- Pasaribu, V. L. D., Fitiryani, B., Fauziah, N., Syaharani, P. N., Saputri, R. I., & Nasyadilla, R. P. (2022). PERPUSTAKAAN DALAM RANGKA MENINGKATKAN MINAT BELAJAR ANAK REMAJA. *Abdi Laksana: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 352-361.
- Pasaribu, V. L. D., & Krisnaldy, K. (2019). Manajemen Risiko dan Asuransi.
- Ramdhan, M., & Pasaribu, V. L. D. (2022). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Pascal Books.

REFERENSI

Meningkatkan Pengetahuan Masyarakat Dalam Lingkungan :
https://rsud-kelet.jatengprov.go.id/elibrary/assets/file_p

[df/4365-Article_Text-17634-1-10-20210131.pdf](#)

<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jurnalilmiahsociety/article/view/12421/11994>

<https://www.e-journal.unair.ac.id/PROMKES/article/download/10106/10223>

Diakses Tanggal 26 Desember 2021