

Edukasi Digital Marketing Dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan UMKM Desa Lembak Kabupaten Muara Enim

Jainal Simanjuntak¹, Ressy Marlina², Afreicylia Shanshabilla³, Elza Oktariani⁴, Muthi'ah Putri⁵, Fernando Josse⁶, Leriza Desitama Anggraini*⁷, Mutiara Kemala Ratu⁸, Endah Dewi Purnamasari⁹,

^{1,2,3,4,5,6,7,8,9} Universitas Indo Global Mandiri; Jalan Jend.Sudirman No.629 Km.4 Palembang

e-mail: ¹jainalsimanjuntak67@gmail.com, ²ressymr06@gmail.com,

³afreicyliashanshabilla@gmail.com, ⁴elzaokta00@gmail.com, ⁵muthiih8@gmail.com,

⁶fjosse925@gmail.com, ⁷leriza@uigm.ac.id, ⁸mutiarakemala.ratu@uigm.ac.id,

⁹endahdps@uigm.ac.id

Abstrak

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Kerupuk dan Kemplang di Desa Lembak adalah salah satu sumber mata pencarian yang di sediakan dan didukung di Desa Lembak sebagai tambahan penghasilan yang didukung oleh pemerintah. Metode pelaksanaan sosialisasi pemasaran kegiatan Bertujuan untuk mendampingi para pelaku UMKM secara langsung Untuk dapat mengetahui cara pemasaran online, karena Media online menjadi peran penting untuk menambah pendapatan untuk para pelaku UMKM Usaha Kerupuk dan Kemplang. Pendampingan dan pelatihan secara langsung kepada pelaku UMKM Kerupuk dan Kemplang agar mereka dapat mengerti apa fungsi dan kegunaan suatu merek dan kemasan yang kami ajarkan. Dengan perubahan kemasan memang akan mempengaruhi harga dan volume produk, namun keuntungan yang didapat tentu jauh lebih bermanfaat, seperti ketahanan produk jauh lebih tahan lama, dan dengan adanya merek menjadi pembeda antara kerupuk dan kemplang yang lain dipasaran pada umumnya. Perlu untuk kedepannya supaya Pemerintah Memberi Edukasi bahkan tindakan contoh seperti peraturan untuk setiap Pelaku UMKM Kerupuk dan Kemplang di Desa Lembak menggunakan jenis Plastik yang baik, penggunaan merek, dan hal lain yang sifatnya baik untuk kemajuan UMKM Usaha Kerupuk dan Kemplang.

Kata kunci— Pemasaran Elektronik, UMKM Kerupuk dan Kemplang,

Abstract

Crackers and Kemplang Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in Lembak Village are one of the sources of livelihood provided and supported in Lembak Village as additional income supported by the government. The method of implementing marketing socialization activities Aims to assist MSME actors directly. To be able to find out how to do online marketing, because online media plays an important role in increasing income for MSME actors in the Cracker and Kemplang Businesses. Mentoring and training directly for crackers and Kemplang SMEs so that they can understand what the functions and uses of a brand and packaging are that we teach. Changing the packaging will indeed affect the price and volume of the product, but the benefits obtained are of course much more beneficial, such as the durability of the product is much more durable, and with the brand being the difference between crackers and other kemplang on the market in general. It is necessary for the future so that the Government provides Education and even example actions such as regulations for every Cracker and Kemplang MSME actors in Lembak Village using good types of plastic, using brands, and other things that are good for the progress of the Cracker and Kemplang SMEs.

Keywords— E-Marketing, Crackers and Kemplang MSMEs,

1. PENDAHULUAN

Desa lembak merupakan desa yang terletak di Kecamatan Lembak Kabupaten Muara Enim dengan luas wilayah ± 6.500 Ha. Dengan jumlah wilayah tersebut desa lembak memiliki potensi yang baik untuk digunakan sebagai pertanian karena karakteristik tanah yang cocok untuk digunakan sebagai perkebunan karet. Hal ini didukung oleh struktur tanah yang gembur, mengandung banyak bahan organik, dan kontur tanah mudah mengikat air [1], hal ini dimanfaatkan masyarakat sebagai penghasilan perkebunan karet. Namun pendapatan tersebut tidak cukup merata pada sejumlah penduduk, banyak masyarakat yang tidak memiliki lahan untuk dijadikan lahan pertanian, dan kesetabilan harga karet yang tidak menentu, untuk itu perlu adanya tambahan pendapatan untuk mengantisipasi dampak yang disebabkan oleh turunya pendapatan perkebunan keret. Untuk itu sebagian masyarakat beralih menjadi pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) sebagai tambahan penghasilan mereka.

UMKM cukup berpengaruh dalam perekonomian Indonesia, dengan alasan industri yang memiliki jumlah besar dan terdapat dalam setiap lapisan ekonomi [2]. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Kerupuk dan Kemplang di Desa Lembak adalah salah satu sumber mata pencarian yang di sediakan dan didukung di Desa Lembak sebagai tambahan penghasilan yang didukung oleh pemerintah. Kerupuk dan kemplang dipilih karena melalui seminar yang diadakan oleh pemerintah kabupaten Muara enim dan kerja sama langsung dengan pemerintah, kerupuk dan kemplang dianggap cocok sebagai produk yang dijual karena kerupuk dan kemplang merupakan makanan yang simpel dan mudah dibuat, selain itu kerupuk dan kemplang dipilih karena daerah ini dekat dengan bahan baku yang menjadi bahan utama dari UMKM kerupuk dan kemplang tersebut. Namun permasalahannya UMKM kerupuk dan kemplang hanya mengandalkan pemasaran secara offline, artinya penjualan hanya terbatas pada lapak yang didirikan di sepanjang jalan Desa Lembak. Dalam meningkatkan serta mempertahankan penjualan produk, pemasaran merupakan suatu kegiatan yang penting dan berpengaruh bagi suatu uasaha [2]. Untuk itu pendapatan yang didapatkan setiap pelaku UMKM tidak meningkat karena hanya mengandalkan pembeli yang singgah untuk membeli kerupuk dan kemplang sebagai oleh-oleh atau cemilan saat diperjalanan.

Banyak pelaku UMKM yang masih minim pengetahuan akan adanya *E-marketing*, minimnya pengetahuan UMKM terhadap pemasaran online tentunya akan mempengaruhi pendapatan, berbeda jika pemasaran juga dilakukan dengan media online tentunya akan lebih banyak pendapatan karena jangkauan pemasaran dan promosi lebih luas sehingga dapat mencakup lebih banyak konsumen baik di dalam kota maupun luar kota atau bahkan bisa mencapai laur negeri [2] . Namun terdapat juga permasalahan lain dalam pengemasan atau packaging produk dan harga jual kerupuk dan kemplang, hal ini karena para pelaku UMKM tidak memiliki kesepakatan bersama untuk mengubah packaging dan harga jual.

Melihat permasalahan yang dijumpai para pelaku UMKM, pemerintah desa memberikan subsidi langsung kepada setiap Pelaku UMKM, seperti kompor gas, alat press, oven, dandang, dan wajan besar. Dengan adanya bantuan jumlah produk yang dihasilkan harian setiap pelaku UMKM meningkat. Namun mengenai kemasan, pelaku UMKM justru mengabaikan bantuan berupa alat press yang diberikan pemerintah desa. Menurut salah satu penjual Ibu Leni, jika mengubah packaging maka mempengaruhi besaran harga modal yang dikeluarkan dan akan mempengaruhi volume setiap produk kerupuk dan kemplang, dengan ini tentunya akan mengubah harga jual produk kerupuk dan kemplang. Untuk itu tidak adanya kesepakatan bersama dari para pelaku UMKM menjadi alasan utama mengapa perubahan packaging menjadi masalah yang tidak terselesaikan.

Berdasarkan permasalahan yang kompleks, untuk memecahkan konflik yang dijumpai, Kami melakukan pendekatan sosialisasi secara langsung, dan melakukan pelatihan secara langsung kepada para pelaku UMKM

2. METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengaduan kepada masyarakat di Desa Lembak ini menggunakan metode pendekatan langsung kepada para pembuat kerupuk dan kemplang berupa pelatihan dan pemaparan peran Media Sosial untuk pemasaran. Penggunaan media sosial tentu akan membantu para UMKM kerupuk dan kemplang untuk menjangkau lebih banyak pasar.

Penjelasan peran digital marketing dalam upaya peningkatan pendapatan UMKM Desa Lembak dilakukan dengan pendekatan langsung kepada masyarakat melalui sosialisasi serta pelatihan berupa penjelasan peran digital marketing dan penerapan Packanging dalam upaya meningkatkan pendapatan UMKM Kerupuk dan Kemplang yang berdampak pada kemajuan perekonomian masyarakat Desa Lembak. Sosialisasi ini dilakukan dengan datang langsung kepada setiap pelaku UMKM, pendekatan ini ditujukan untuk memicu para pelaku UMKM untuk dapat belajar dan terjun langsung di E-marketing.



Gambar 1. Pelatihan dan pendampingan langsung mengenai E-marketing kepada pelaku UMKM kerupuk dan kemplang di Desa Lembak.

Metode pelaksanaan sosialisasi pemasaran kegiatan ditunjukkan dalam Gambar 1. Bertujuan untuk mendampingi para pelaku UMKM secara langsung Untuk dapat mengetahui cara pemasaran online, karena Media online menjadi peran penting untuk menambah pendapatan untuk para pelaku UMKM Usaha Kerupuk dan Kemplang.



Gambar 2. Pelatihan packaging kepada para pelaku UMKM kerupuk dan kemplang di Desa Lembak.

Metode pelaksanaan sosialisasi dan pelatihan mengenai packaging kegiatan ditunjukkan dalam gambar 2. Bertujuan untuk memperkenalkan secara langsung kepada setiap pelaku UMKM mengenai pembaharuan kemasan yang mempengaruhi merek dan ketahanan produk itu sendiri, perbedaan dengan produk dan usaha lain perlu untuk menunjukkan keunggulan dan positioning UMKM itu sendiri [3].

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan edukasi dan pelatihan kepada para pelaku UMKM Usaha Kerupuk dan Kemplang di Desa lembak melalui Pelatihan Penggunaan Platform facebook sebagai Penerapan E-marketing pada Kegiatan UMKM. Pilihan untuk pemanfaatan teknologi merupakan pilihan yang tepat dalam hal efektif dan efisien [4], dalam hal ini adalah Pelaku Usaha Kerupuk dan Kemplang telah dilaksanakan dihari yang berbeda, untuk kegiatan Pelatihan dan Sosialisasi mengenai Packaging dan Merek dilakukan dihari Senin tanggal 18 Juli, dan untuk pelatihan mengenai pemasaran E-Marketing dilakukan pada Hari Rabu tanggal 27 Juli 2022. Pelatihan dilakukan secara langsung dengan mendatangi ke rumah-rumah para pelaku UMKM kerupuk dan kemplang. Kegiatan ini dimulai tepat pukul 10.00 WIB dan berlangsung hingga kurang lebih pukul 13.00 WIB.

Pada kunjungan pertama tepatnya dilakukan dihari Senin tanggal 18 Juli, disini kami mengajarkan para pelaku Usaha UMKM Kerupuk dan Kemplang untuk membuat kemasan dan merek yang lebih menarik, dan kami memberitahu untuk masuk kepasar yang lebih besar seperti E-Marketing tentu saingan akan semakin banyak, kami menjelaskan dibutuhkan keunggulan baik dari penampilan, mutu, bahkan merek sebagai identitas pembesa dengan Kerupuk dan Kemplang yang lain.



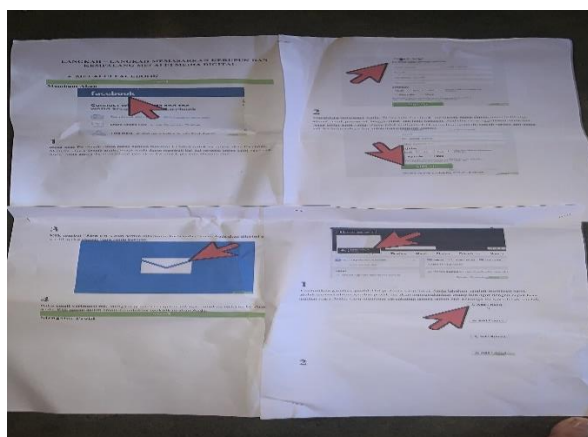
Gambar 3. Dokumentasi saat Pelatihan dan Hasil kemasan Kerupuk dan Kemplang.

Disini kami mengajarkan kemasan yang baik dan tahan lama, khusus Ibu Leni yang mana merupakan salah satu dari banyak Usaha UMKM Kerupuk dan Kemplang di Desa Lembak, kami membuatkan desain merek untuk kerupuk dan kemplang Ibu Leni mengingat Kemasan merupakan pemicu utama karena melalui kemasan dapat menggambarkan produk kepada konsumen yang tentunya dapat mempengaruhi tindakan konsumen untuk membeli di tempat penjualan [5].

Pendampingan dan pelatihan secara langsung kepada pelaku UMKM Kerupuk dan Kemplang agar mereka dapat mengerti apa fungsi dan kegunaan suatu merek dan kemasan yang kami ajarkan. Dengan perubahan kemasan memang akan mempengaruhi harga dan volume produk, namun keuntungan yang didapat tentu jauh lebih bermanfaat, seperti ketahanan produk jauh lebih tahan lama, dan dengan adanya merek menjadi pembeda antara kerupuk dan kemplang yang lain dipasaran pada umumnya. Kegiatan mencakup;

1. Mensosialisasikan keuntungan dan manfaat yang didapat dari penerapan packaging dan merek.
2. Mengajarkan cara membuat suatu merek.
3. Mengajarkan packaging yang bagus menggunakan alat press.

Untuk kunjungan kedua dilakukan pada Hari Rabu tanggal 27 Juli 2022, kenapa E-Marketing hal ini tentu karena perkembangan teknologi yang muncul yang memaksa kita untuk mengikuti perkembangannya dan lagi dengan adanya teknologi dapat memungkinkan proses jual-beli secara Online sehingga dapat menghemat biaya serta meningkatkan produktivitas UMKM [6]. Pada pelatihan ini kami menggunakan bantuan sketsa khusus yang sudah diprint dalam bentuk kertas yang kami urutkan sebagai pedoman petunjuk cara membuat akun sebagai bantuan pemasaran secara Online, pada kegiatan kali ini kami memilih Platform Facebook sebagai media pelatihan, alasannya karena Facebook tentunya lebih populer dikalangan masyarakat dan mungkin sudah tidak asing lagi bagi Ibu-ibu di Desa Lembak.



Gambar 4. Tahapan pembuatan akun facebook sebagai media pemasaran secara Online.

Berdasarkan Gambar 4 kami mengedukasi sekaligus mendampingi langsung ibu-ibu pelaku UMKM Usaha Kerupuk dan Kemplang untuk mencoba Facebook dengan tujuan untuk memperluas target pasarnya karena tingkat pengetahuan dan inovasi akan promosi untuk penjualan penting [7]. Oleh karena itu pertama kami melakukan sosialisasi tentang e- Marketing dan platform digital hal ini dilakukan untuk membuka wawasan tentang manfaat dari perkembangan E-Commerce dan Platform digital [8]. Kedua kami mengajarkan hal mendasar seperti dari Membuat akun. Dapat dilihat bahwa terdapat beberapa tahapan-tahapannya yaitu:

1. Tahapan membuat akun facebook

Pertama, anda harus mendownload aplikasi facebook di playstore atau appstore di handphone anda

Kedua, buka aplikasi facebook yang sudah di download dan masukkan data diri anda seperti nama depan dan belakang, alamat email, kata sandi, tanggal lahir dan jenis kelamin. Sebelum mendaftarkan pastikan anda sudah memiliki email. Ketiga, tekan tombol sign up jika semua data diri yang anda masukkan sudah benar. Tunggu beberapa saat untuk mendapatkan link verifikasi yang dikirimkan melalui email yang anda cantumkan. Terakhir, check kotak masuk di email anda jika email verifikasi sudah masuk tekan email tersebut dan klik link pada email untuk mengaktifkan akun facebook anda.

2. Tahapan mengatur profil

Pertama, tambahkan foto profil agar orang lain mengetahui bisnis anda. Kedua, tambahkan teman dan keluarga anda agar mereka bisa membantu mempromosikan bisnis anda di akun facebook mereka.

Terakhir, jangan memprivasikan akun facebook anda agar orang lain bisa melihat postingan anda

3. Tahapan menggunakan facebook

Pertama, bagikan postingan tentang bisnis anda ke dalam akun facebook anda. Kedua, tekan chat di akun facebook anda jika ada orang yang bertanya tentang bisnis anda. Terakhir, anda bisa melakukan siaran langsung di facebook dan mempromosikan bisnis anda secara langsung kepada penonton siaran tersebut.

Pada kegiatan pelatihan ini ternyata para pelaku UMKM Usaha Kerupuk dan Kemplang sudah tau bahwa media sosial seperti Facebook memiliki market atau pasar yang luas, namun keterbatasan pengetahuan menjadi masalah yang fundamental [9]. Dengan adanya edukasi dan pelatihan mengenai E-Marketing diperoleh hasil dengan perbandingan, sebelum dilakukan edukasi (Pre Edukasi), dan setelah dilakukan edukasi (Post Edukasi). Adapun hasilnya dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1. Perbandingan Pra dan Post Edukasi E-Marketing.

NO	ASPEK Pengaruh E-Marketing	Pre Edukasi	Post Edukasi	Signifikasi keberhasilan
1	Pengetahuan E-marketing	10%	90%	80%
2	Tindakan	5%	95%	90%

Berdasarkan tabel 1. Pada kegiatan edukasi ini dapat disimpulkan sebelum dilakukan Pre Edukasi mengenai E-Marketing para pelaku UMKM kerupuk dan kemplang sebelumnya kurang memiliki pemahaman mengenai E-Marketing, hal ini dapat dilihat dengan persentase sebelum dilakukan edukasi yaitu hanya 10% dimana hanya beberapa dari semua UMKM yang memiliki pemahaman mengenai apa itu E-Marketing, dan setelah dilakukan edukasi para pelaku Usaha UMKM kebanyakan dari UMKM paham tentang E-Marketing. Tidak hanya sampai disitu, dengan adanya edukasi mengenai E-Marketing para pelaku UMKM sudah dapat mengambil tindakan seperti rata-rata dari mereka memiliki akun Facebook sebagai platform pemasaran online mereka hal ini dapat dilihat dari hasil perbandingan dimana Pra edukasi E-Marketing hanya menunjukkan persentase 5%, dan sesudah Post Edukasi meningkat ke 95%. Dari kegiatan edukasi ini dapat menyimpulkan signifikansi Post Edukasi mengenai E-Marketing untuk pengetahuan sebanyak 80%, dan signifikansi Post edukasi untuk tindakan sebesar 90%.

4. KESIMPULAN

Berbagai permasalahan yang dihadapi oleh para pelaku UMKM Usaha Kerupuk dan Kemplang sebenarnya sudah mendapat perhatian khusus dari pemerintah setempat, seperti bantuan baik berupa modal maupun seminar. Namun para pelaku UMKM cenderung mengabaikan, karena seminar hanya sebatas konsep abstrak, tanpa pemerintah menyadari pada pelaksanaannya para pelaku UMKM Usaha Kerupuk dan Kemplang tidak dapat menerapkannya. Untuk itu pendampingan secara langsung sangat membantu para pelaku UMKM Usaha Kerupuk dan Kemplang dalam proses penerapannya.

Berdasarkan hasil dan kesimpulan yang telah diuraikan sebelumnya, maka untuk ke depannya dapat diberikan saran sebagai berikut:

1. Perlu untuk pemerintah kedepannya melakukan pendampingan dan berupa pelatihan secara khusus untuk para Pelaku UMKM Usaha Kerupuk dan Kemplang di Desa Lembak.
2. Perlu untuk kedepannya supaya Pemerintah Memberi Edukasi bahkan tindakan contoh seperti peraturan untuk setiap Pelaku UMKM Kerupuk dan Kemplang di Desa Lembak menggunakan jenis Plastik yang baik, penggunaan merek, dan hal lain yang sifatnya baik untuk kemajuan UMKM Usaha Kerupuk dan Kemplang.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Hartono B, Rauf A, Elfiati D, Harahap FS, Sidabuke SH. Evaluasi Kesesuaian Lahan Pertanian Pada Areal Penggunaan Lain Untuk Tanaman Kopi Arabika 2018;39:66–74.
- [2] Meidasari E. Pengaruh Media Sosial Terhadap Promosi Secara Online Pada Uwais Collection Di Bandar Lampung 2018:1–16.
- [3] Nomor V, Selatan KP. Empowerment : Jurnal Pengabdian Masyarakat Edukasi Strategi Pemasaran UMKM Di Desa Ulu Lakara Empowerment : Jurnal Pengabdian Masyarakat 2022;1:550–6.
- [4] Endah Dewi Purnamasari, Shafiera Lazuardi, Siska Christyanti. Pelatihan Pemanfaatan Fintech dalam pengelolaan pada Pelaku Usaha Clothing Line. Din J Pengabdian Kpd Masy 2022;6:523–30. <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v6i2.9682>.
- [5] Apriyanti ME. Pentingnya Kemasan terhadap Penjualan Produk Perusahaan. Sosio E-Kons 2018;10:20. <https://doi.org/10.30998/sosioekons.v10i1.2223>.
- [6] Leriza Desitama Anggraini, Faradillah, Winne Rosalina. Pelatihan Penyusunan Laporan Keuangan Berbasis SAK EMKM Pada Pelaku Usaha Clothing Line. Din J Pengabdian Kpd Masy 2022;6:540–6. <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v6i2.9745>.
- [7] Farell G, Thamrin T, Novid I. Pelatihan Pemanfaatan Digital Marketing Dalam Pengembangan Pemasaran Dan Kewirausahaan UKM Pada Kota Sawahlunto. Suluah Bendang J Ilm Pengabdian Kpd Masy 2019;19:42. <https://doi.org/10.24036/sb.0310>.
- [8] Alie MF. PELATIHAN PENGGUNAAN PLATFORM DIGITAL SEBAGAI PENERAPAN E-COMMERCE PADA KEGIATAN UMKM 2022;6:53–9.
- [9] Saleh Y, Rahmalia D, Tantriadisti S, Sari IRM. Pemanfaatan Digital Marketing Dalam Pemasaran Produk Para Pelaku Umkm Di Desa Paguyuban Kecamatan Way Lima Kabupaten Pesawaran. J Pengabdian Kpd Masy Sakai Sambayan 2021;5:213. <https://doi.org/10.23960/jss.v5i3.318>.