

Meningkatkan Penjualan Produk UMKM Di Desa Pugerwetan Melalui Kanal Media Sosial dan Online *Marketplace*

Agustin HP¹, Yuniorita Indah Handayani², Dias Nastiti Ramadhanti³

^{1,2,3}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Institut Teknologi dan Sains Mandala

Email : ¹⁾agustin@stie-mandala.ac.id, ²⁾yuniorita@stie-mandala.ac.id, ³⁾diasdhanti@gmail.com

ABSTRAK

Pengabdian Masyarakat merupakan salah satu pilar Tri Dharma Perguruan Tinggi, yaitu: pendidikan, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat. Salah satu lokasi pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan oleh Institut Teknologi dan Sains Mandala pada tahun ini adalah desa Pugerwetan dengan mayoritas penduduk berprofesi sebagai nelayan dan sisanya memproduksi olahan laut menjadi berbagai produk unggulan seperti terasi, petis udang, kerupuk ikan, dan ikan kering. Banyak produsen tersebut merupakan pelaku usaha turun - temurun yang masih menggunakan cara tradisional dalam proses produksinya, begitupun dengan pemasaran produknya. Tujuan pengabdian pada masyarakat ini adalah untuk membantu para produsen untuk meningkatkan mutu produk mereka dengan penggunaan teknologi informasi. Dalam pengabdian pada masyarakat ini, mitra kami adalah produsen terasi dan produsen kerupuk ikan yang berada di desa Pugerwetan. Metode pengabdian yang kami lakukan adalah dengan memberikan pendidikan masyarakat, pelatihan, dan advokasi mengenai pentingnya pemanfaatan *digital marketing* melalui *platform* media sosial dan *marketplace* sebagai media promosi penjualan produk. Hasil pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah pemanfaatan *platform* media sosial dan *marketplace* oleh produsen terasi dan produsen kerupuk sebagai media promosi penjualan produk.

Kata Kunci : *UMKM, Pugerwetan, Media Sosial, Marketplace.*

ABSTRACT

Community Service is one of the pillars of the Tri Dharma of Higher Education, namely: education, research, and community service. One of the locations for community service carried out by the Mandala Institute of Technology and Science this year is Pugerwetan village where the majority of the population works as fishermen and the rest produce processed seafood into various superior products such as shrimp paste, condiment of the fermented shrimp, fish crackers, and dried fish. Many of these producers are hereditary business actors who still use traditional methods in the production process, as well as the marketing of their products. The purpose of this community service is to help producers to improve the quality of their products by using information technology. In this community service, our partners are shrimp paste producers and fish crackers producers in Pugerwetan village. Our service method is to provide public education, training, and advocacy regarding the importance of utilizing digital marketing through social media platforms and marketplaces as media for product sales promotion. The results of this Real Work Lecture are the use of social media platforms and marketplaces by shrimp paste and cracker producers as media for product sales promotion.

Keywords : *MSME, Pugerwetan, Social Media, Marketplace.*

Dikirim : 13 Oktober 2022 Direvisi : 28 Oktober 2022 Diterima : 31 Oktober 2022

PENDAHULUAN

Pengabdian kepada masyarakat merupakan pelaksanaan pengamalan ilmu pengetahuan, teknologi, dan seni budaya langsung pada masyarakat secara kelembagaan melalui metodologi ilmiah sebagai penyebaran Tri Dharma Perguruan Tinggi serta tanggung jawab yang luhur dalam usaha mengembangkan kemampuan masyarakat, sehingga dapat mempercepat laju pertumbuhan tercapainya pembangunan nasional.

Kabupaten Jember terletak di tengah - tengah wilayah Tapal Kuda, Provinsi Jawa Timur. Secara umum wilayah Kota Jember didominasi oleh daerah daratan. Luas keseluruhan dari Kota Jember adalah 9.907,755

Ha yang terbagi menjadi 31 kecamatan, terdiri atas 28 kecamatan dengan 226 desa dan 3 kecamatan dengan 22 kelurahan. Salah satu Kecamatan yang menjadi tempat pengabdian masyarakat oleh ITS Mandala adalah Kecamatan Puger yang berdasarkan informasi dari PPID Kabupaten Jember, luas wilayahnya adalah 148,99 km² dengan jumlah kelurahan/desa sebanyak 12 desa yaitu desa Wringin Telu, Purwoharjo, Mojomulyo, Puger Kulon, Puger Wetan, Mojosari, Grenden, Kasiyan, Mlokorejo, Wonosari, Jambearum, dan Bagon.

Salah satu lokasi pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan oleh ITS Mandala bertempat di desa Puger Wetan. Berdasarkan

data dari PPID desa, Puger Wetan mempunyai luas area 415,233 Ha, berpenduduk 10.578 jiwa yang terdiri dari berbagai suku dengan mayoritas Jawa dan Madura. Mayoritas penduduk berprofesi sebagai nelayan dan sisanya memproduksi olahan laut menjadi berbagai produk unggulan seperti terasi, petis udang, kerupuk ikan, dan ikan kering. Banyak dari produsen tersebut merupakan pelaku usaha turun temurun, sebagian masih menggunakan cara tradisional dalam proses produksinya dan tidak sedikit yang sudah modern. Produk mereka pun diminati tidak hanya untuk pasaran Jember saja, namun juga dari luar daerah bahkan luar pulau Jawa walau skalanya masih sangat kecil. Meski begitu dari segi promosi produk, mereka masih mengandalkan sistem yang konservatif, yakni dari mulut ke mulut. Kemasan yang digunakan pun tidak mencantumkan label yang tentunya akan membuat kerancuan saat produk dijual di pasaran.

Dalam pengajuan program kerja ini, kami mengusulkan untuk membantu para produsen untuk bisa meningkatkan mutu produk mereka sehingga mampu meningkatkan nilai jual pada konsumen. Adanya perkembangan teknologi yang semakin maju menuntut para pelaku UMKM untuk dapat menggunakan dan memanfaatkan perkembangan teknologi tersebut, salah satu diantaranya adalah penggunaan teknologi informasi (TI) bagi pengembangan usaha para pelaku UMKM (Akhmad & Purnomo, 2021). Untuk itu Kami akan menggunakan platform media sosial dan marketplace sebagai media promosi dan penjualan produk. Kami juga akan memberikan edukasi terkait dengan pentingnya kemasan untuk memunculkan brand awareness di masyarakat dan membangkitkan kecintaan terhadap produk lokal demi meningkatkan kesejahteraan masyarakat setempat.

METODE

Dalam merealisasikan program kerja yang telah dibuat, metode yang kami gunakan dalam pengabdian kepada masyarakat adalah pendidikan masyarakat, pelatihan, dan advokasi.

1. Pendidikan Masyarakat

Pada metode pendidikan masyarakat, kami mengadakan sosialisasi yang bertujuan meningkatkan pemahaman dan kesadaran pentingnya pemanfaatan *digital marketing*

kepada para pelaku UMKM di desa Pugerwetan

2. Pelatihan

Pada metode ini kami memberikan pelatihan pembuatan dan penggunaan *marketplace* sebagai media pemasaran produk kepada UMKM mitra, yaitu produsen terasi dan kerupuk ikan.

3. Advokasi

Pada metode advokasi, kami memberikan pendampingan kepada produsen terasi dan produsen kerupuk ikan mengenai penggunaan media sosial sebagai alat pemasaran. serta pembuatan laporan keuangan yang mudah dan praktis dengan menggunakan aplikasi pembuatan laporan keuangan yang tersedia di *Playstore*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dalam meningkatkan penjualan produk UMKM di desa Pugerwetan melalui kanal media sosial dan *online marketplace* ini diikuti oleh para pelaku UMKM di desa Pugerwetan, yaitu produsen terasi, kerupuk ikan, petis, dan ikan asin. Berikut hasil pengabdian kami di desa Pugerwetan berdasarkan metode yang kami terapkan, yaitu:

1. Pendidikan Masyarakat

Pada metode pendidikan masyarakat ini kami melakukan sosialisasi mengenai pentingnya pemanfaatan digital marketing kepada para pelaku UMKM di desa Pugerwetan serta pentingnya *brand awareness* dalam memasarkan produk. Sosialisasi ini dihadiri oleh 10 peserta, yaitu para pelaku UMKM desa Pugerwetan yang dilaksanakan di Balai Desa Pugerwetan. Sosialisasi ini diharapkan dapat meningkatkan pemahaman dan kesadaran para pelaku UMKM bahwa penggunaan *digital marketing* dapat meningkatkan penjualan. Sehingga roda ekonomi di desa Pugerwetan dapat meningkat serta produk - produk dari desa Pugerwetan dapat dikenal di berbagai wilayah di Indonesia.



Gambar 1 : Sosialisasi *Digital Marketing*



Gambar 2. Sosialisasi *Digital Marketing*

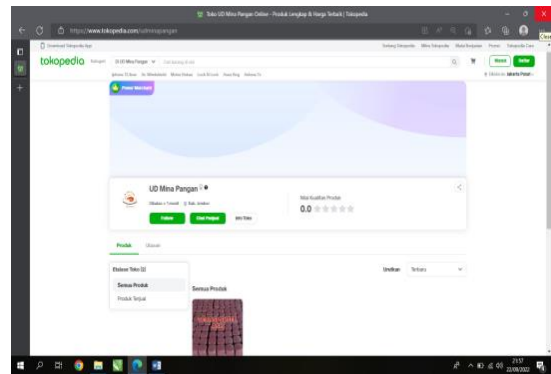
2. Pelatihan

Pada metode pelatihan ini kami memberikan pelatihan kepada produsen terasi dan produsen kerupuk ikan mengenai pembuatan dan penggunaan *marketplace*. Dalam kegiatan ini kami mengajarkan tahap-tahap pembuatan dan penggunaan *marketplace*. Hal ini karena produsen terasi dan produsen kerupuk ikan masih awam dengan penggunaan *marketplace*. Dengan adanya pelatihan pembuatan dan penggunaan *marketplace* ini kami mengharapkan produsen terasi dan produsen kerupuk yang menjadi mitra kami ini dapat memasarkan produknya melalui *marketplace* tersebut dengan baik. Sehingga terciptanya inovasi lain yang dapat meningkatkan tingkat penjualan produk, yaitu melakukan pemasaran produk melalui *marketplace*.



Gambar 3. Pelatihan Pembuatan dan Penggunaan *Marketplace* sebagai Media

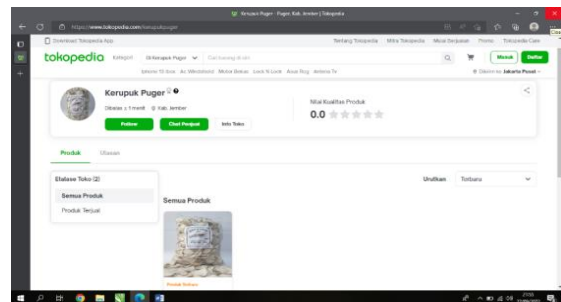
Gambar 3 : Pelatihan Pembuatan dan Penggunaan *Marketplace* sebagai Media Pemasaran



Gambar 4. Marketplace UD. Mina Pangan (<https://www.tokopedia.com/udminapangan>)



Gambar 5. Pelatihan Pembuatan dan Penggunaan *Marketplace* sebagai Media Pemasaran



Gambar 6. Marketplace UD. Rejeki (<https://www.tokopedia.com/kerupukpuuger>)

3. Advokasi

Pada metode advokasi ini kami memberikan pendampingan kepada produsen terasi dan produsen kerupuk ikan mengenai penggunaan media sosial sebagai alat pemasaran. Dimana saat ini mayoritas penduduk Indonesia menggunakan sosial media dalam kehidupan sehari - hari. Hal ini dapat menjadi peluang produsen terasi dan produsen kerupuk ikan dalam memasarkan produknya melalui sosial media. Selain itu, kami memberikan pendampingan mengenai pembuatan laporan keuangan yang mudah dan praktis dengan menggunakan aplikasi pembuatan laporan keuangan yang tersedia di *Playstore*. Hal ini dapat memudahkan produsen terasi dan produsen kerupuk ikan dalam mengatur dan mengetahui keuangan mereka. Diharapkan dengan adanya advokasi ini produserterasi dan produsen kerupuk ikan dapat meningkatkan penjualan serta dapat mengatur keuangan mereka menjadi lebih baik.



Gambar 7. Advokasi Penggunaan Media Sosial sebagai Media Pemasaran, serta Advokasi Pembuatan Laporan Keuangan melalui Aplikasi



Gambar 8. Advokasi Penggunaan Media Sosial sebagai Media Pemasaran, serta Advokasi Pembuatan Laporan Keuangan melalui Aplikasi



Gambar 9. Advokasi Penggunaan Media Sosial sebagai Media Pemasaran, serta Advokasi Pembuatan Laporan Keuangan melalui Aplikasi



Gambar 10. Proses Produksi Terasi (UD. Mina Pangan)



Gambar 11. Proses Produksi Terasi (UD. Mina Pangan)



Gambar 12. Proses Produksi Terasi (UD. Mina Pangan)

Berdasarkan pengabdian kepada masyarakat yang telah dilaksanakan, hasil nyata kontribusi kegiatan ini bagi masyarakat adalah penerapan penggunaan media sosial dan *marketplace*, serta pendampingan pembuatan laporan keuangan menggunakan aplikasi yang tersedia di *Playstore*. Pada awalnya pemasaran yang dilakukan oleh produsen terasi dan produsen kerupuk ikan hanya menggunakan sistem konservatif yaitu dari mulut ke mulut, serta pembuatan laporan keuangan belum dilakukan, hanya dilakukan pencatatan pemasukan dan pengeluaran sederhana. Setelah dilaksanakannya kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, produsen terasi maupun produsen kerupuk ikan telah menerapkan penggunaan media sosial dan *marketplace* sebagai media pemasaran, serta pemahaman produsen terasi dan produsen kerupuk ikan mengenai pembuatan laporan keuangan semakin meningkat.

KESIMPULAN

Dari Pengabdian Kepada Masyarakat yang dilaksanakan di desa Pugerwetan, Kecamatan Puger, Kabupaten Jember ini ditemukan permasalahan dalam pemasaran produk terasi dan kerupuk ikan, serta kurangnya pemahaman dan kesadaran para pelaku UMKM di desa Pugerwetan mengenai pentingnya pemanfaatan *digital marketing* dalam pemasaran produk. Dimana pemasaran produk terasi, produk kerupuk ikan, dan produk - produk lainnya masih dilaksanakan secara konservatif, yaitu dari mulut ke mulut. Solusi yang kami berikan yaitu dengan memberikan pendidikan masyarakat, pelatihan, dan advokasi mengenai *digital marketing* melalui platform media sosial dan *marketplace*. Dengan membuat akun *marketplace* dan pendampingan penggunaan media sosial untuk produsen terasi dan produsen kerupuk ikan, serta melakukan sosialisasi mengenai pentingnya pemanfaatan *digital marketing* kepada para pelaku UMKM di desa Pugerwetan. Diharapkan akun *marketplace* dan pendampingan penggunaan media sosial tersebut dapat digunakan produsen terasi dan produsen kerupuk ikan dalam mempromosikan produknya dan dapat meningkatkan penjualan produk - produk tersebut, serta sosialisasi mengenai *digital marketing* dapat meningkatkan pemahaman dan kesadaran kepada para pelaku UMKM di desa Pugerwetan dalam memasarkan produk - produknya.

Sehingga dapat memutar roda ekonomi di desa Pugerwetan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami ucapkan terima kasih kepada para pelaku UMKM, dan mitra kami yaitu produsen terasi dan produsen kerupuk ikan, serta masyarakat desa Pugerwetan yang telah membantu dalam kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat Institut Teknologi dan Sains Mandala. Dan kami ucapkan terima kasih pula kepada pihak - pihak yang telah membantu dalam proses penyusunan artikel ini. Sehingga artikel ini dapat selesai.

DAFTAR PUSTAKA

- Akhmad, K. and Purnomo, S. (2021) "Pengaruh Penerapan Teknologi Informasi Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Kota Surakarta", *Sebatik*, 25(1), pp. 234-240. doi: <https://doi.org/10.46984/sebatik.v25i1.1293> <https://ppid-desaja.jemberkab.go.id>
- Profil Desa Puger Wetan , Diakses pada 1 September 2022, <https://ppid-desaja.jemberkab.go.id/pelaksana/detail/132>
- Abdurrahman G., Oktavianto H., Yusni H. E., Hadiyatullah A. W. (2020). Pelatihan *Digital Marketing* Pada UMKM Sebagai Penunjang Kegiatan Promosi Dan Pemasaran. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Manage* Vol. 1. No. 2 Agustus 2020 Hal:88-92.\
- Agustina P., Anton, Kuswanto A., Sofyan M. A., (2022). Penerapan *Digital Marketing* Dalam Pemasaran Produk Rempyek Di Desa Battembat. *Jurnal Al-Naqdu Kajian Keislaman* Vol.03/ No.02/ 2022 ISSN: 2723-3995
- Karimudin Y., Hadjri M. I., Fitrianto M. E., & Satria H.(2022). Pendampingan Penerapan *Digital Marketing* bagi Pelaku UMKM di Desa Kotadaro II, Kabupaten Ogan Ilir, Provinsi Sumatera Selatan. *Abdi Masyarakat Indonesia (JAMSI)* Vol. 2, No. 3 Mei 2022, Hal. 899-906 <https://jamsi.jurnal-id.com> DOI: <https://doi.org/10.54082/jamsi.344>
- Pengabdian masyarakat, diakses pada 13 Oktober 2022 pukul 08.23, https://id.wikipedia.org/wiki/Pengabdian_masyarakat
- Wijaya D. (2018), *Akuntansi UMKM (Cetakan 1)*. Yogyakarta: Gava Media, 2018