



Keberlanjutan Usaha Lemang Tapai Melalui Pendampingan Digital Marketing

Ratnawili^{1*}, Ade Tiara Yulinda², Agung Kharisma Hidayah³, Anggi Josetio Prayoga⁴

^{1,2,4} Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Bengkulu

³ Program Studi Teknik Informatika, Fakultas Teknik, Universitas Muhammadiyah Bengkulu

Abstract: *The development of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) requires a strategy in the marketing process. to increase competitiveness and develop a business, digital marketing is needed so that it has characteristics and can be recognised more widely by consumers. This digital marketing training and mentoring activity aims to provide strengthening to the creative industry of the community (MSMEs) Lemang Tapai business regarding marketing strategies through digital marketing. The methods used in this activity are lectures, discussions, exercises in making the web. The activity scheme consists of preparation, implementation and evaluation stages. The activity of strengthening marketing strategies through digital marketing was carried out at the Sungai Rupert mosque which was attended by 20 participants from Lemang Tapai MSMEs. Digital marketing training and mentoring activities carried out start from creating a website, creating Instagram and creating Facebook, Business Actors are accompanied by a team to access the website, Instagram and Facebook through business accounts. Business improvement activities through digital marketing will be carried out with assistance (monitoring) of what they have implemented and assistance if there are obstacles in applying product marketing through digital. This service activity is very useful for the future development of Lemang tapai MSMEs in increasing sales with digital marketing strategies.*

Keywords: *competitiveness; development; digital marketing; training*

Abstrak: Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) memerlukan suatu strategi dalam proses pemasarannya. untuk meningkatkan daya saing serta mengembangkan suatu usaha diperlukan digital marketing agar mempunyai ciri dan bisa dikenal lebih luas oleh konsumen. Kegiatan pelatihan dan pendampingan pemasaran digital ini bertujuan untuk memberikan penguatan kepada industri kreatif masyarakat (UMKM) usaha Lemang Tapai mengenai strategi marketing melalui digital marketing. Metode yang digunakan dalam kegiatan ini adalah ceramah, diskusi, latihan dalam membuat web. Skema kegiatan terdiri dari tahap persiapan, pelaksanaan dan evaluasi. Kegiatan penguatan strategi marketing melalui digital marketing ini dilakukan di masjid sungai rupert yang dihadiri oleh 20 peserta dari UMKM Lemang Tapai. Kegiatan pelatihan dan pendampingan pemasaran digital yang dilakukan mulai dari membuat website, membuat instagram dan membuat facebook, Pelaku Usaha didampingi oleh tim untuk mengakses website, instagram dan facebook melalui akun bisnis. Kegiatan peningkatan usaha melalui pemasaran digital ini akan dilakukan dengan kegiatan pendampingan (monitoring) terhadap apa yang sudah mereka terapkan serta pendampingan jika terjadi kendala dalam pengaplikasian pemasaran produk melalui digital. Kegiatan pengabdian ini sangat bermanfaat untuk pengembangan UMKM Lemang tapai ke depan dalam meningkatkan penjualan dengan strategi pemasaran digital

Kata Kunci: daya saing; pelatihan; pengembangan; pemasaran digital

ANALISIS SITUASI

Perkembangan sektor usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) saat ini diharapkan mampu mendongkrak perekonomian. UMKM dituntut untuk selalu meningkatkan daya saingnya agar dapat terus berjalan dan berkembang. Salah satunya adalah dengan menerapkan Teknologi Informasi dan Komunikasi sebagai penunjang kegiatan usahanya. Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) pada usaha Lemang Tapai kelurahan sungai rupert kecamatan selebar ini memerlukan suatu strategi dalam pemasaran produknya untuk meningkatkan daya saing serta serta mengembangkan usahanya salah satunya melalui digital marketing agar mempunyai ciri dan dikenal lebih luas. Digital marketing adalah sebuah produk teknologi informasi dimana berupa kegiatan mempromosikan produk dan atau jasa melalui media internet.

Usaha Lemang Tapai yang ada di kelurahan sungai rupert ini berjumlah 20 pelaku UMKM. Usaha Lemang Tapai ini sebelumnya hanya menggunakan pemasaran secara offline serta belum memiliki nama usaha sehingga jumlah pembelian dan pemasaran usaha menjadi terbatas serta penghasilan dari usaha masih rendah. Hal inilah yang mendorong untuk melakukan pengabdian kepada masyarakat mengenai keberlanjutan usaha lemang tapai melalui pendampingan digital marketing.

Digital marketing merupakan kegiatan promosi serta pemetaan pasar secara digital dengan memanfaatkan jejaring sosial. Dengan adanya penggunaan Digital marketing dalam memasarkan usaha dapat memudahkan pelaku industri kecil dan menengah mengenalkan produknya kepada masyarakat. Pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi membawa dampak pada semakin kuatnya tren pemasaran di lingkungan bisnis, yang pada awalnya menekankan pada strategi konvensional (offline) menjadi digital (online). Digitalisasi memungkinkan pelaku industri serta calon konsumen berinteraksi secara virtual dan pemanfaatan medium untuk menginformasikan produk sesuai dengan keinginan produsen dan juga mengenai di benak konsumen. Ketersediaan informasi tidak hanya terbatas pada detail produk, tetapi juga menariknya sebuah desain gambar atau foto yang akan membuat konsumen terkesan.

Pengembangan usaha lemang tapai menggunakan Digital marketing memberikan kemudahan bagi pelaku usaha ini untuk dapat menyediakan serta

memantau segala kebutuhan yang diinginkan oleh konsumen. Di sisi lain, dengan perangkat teknologi, konsumen memang tapai juga dapat mencari informasi terkait produk sesuai dengan yang diinginkan. Konsumen akan diberikan sebuah pilihan yang memudahkan mulai dari pemilihan produk, cara pembayaran hingga forum untuk berkomunikasi secara langsung dengan penjual. Berbagai kemudahan yang ditawarkan adalah wujud dari manfaat perkembangan teknologi saat ini. Dengan bentuk pemasaran digital yang memanfaatkan pengetahuan masyarakat terhadap teknologi diharapkan dapat meningkatkan pangsa pasar penjualan produk menjadi lebih luas. Salah satu indikator meningkatnya kesejahteraan pelaku UMKM adalah dengan meningkatnya omzet penjualan yang salah satu cara untuk mencapainya adalah dengan memaksimalkan strategi pemasaran digital (Hapsoro et. al., 2019).

METODE DAN TEKNIS KEGIATAN

Metode Kegiatan Pengabdian mengenai Keberlanjutan Usaha Lemang Tapai Melalui Digital Marketing dilaksanakan pada bulan Agustus sampai dengan September 2022. Adapun tahapan pelaksanaan kegiatan yang dilaksanakan sebagai berikut :

Persiapan

Pada tahap persiapan ini dilakukan dengan cara tim pengabdian melakukan observasi dan wawancara kepada mitra UMKM Lemang tapai agar dapat diidentifikasi beberapa permasalahan. Adapun tahapan yang dilakukan sebagai berikut :

1. Tim pengabdian melakukan koordinasi dengan Mitra UMKM untuk mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi mitra.
2. Tim Pengabdian melakukan koordinasi kembali dengan mitra untuk menawarkan solusi terhadap permasalahan yang dihadapi mitra yaitu pelatihan mengenai Keberlanjutan Usaha Lemang Tapai Pendampingan Digital Marketing
3. Tim pengabdian melakukan persiapan terhadap bahan pelatihan dan penyuluhan berupa materi pelatihan yang akan disampaikan kepada mitra.

Pelaksanaan

Adapun tahapan yang dilakukan pada pelaksanaan pelatihan dan pendampingan tentang pemasaran digital adalah sebagai berikut :

1. Koordinasi Tim Pengabdian

Melaksanakan Rapat koordinasi tim pelaksana pengabdian dengan agenda pemantapan jadwal kegiatan serta tugas dan fungsi masing-masing anggota tim. Tim pengusul berjumlah 3 orang. Tim mempunyai pengalaman dibidang Manajemen SDM, Pemasaran dan Teknik Informasi

2. Sosialisasi dan pelatihan

Kegiatan sosialisasi dan pelatihan kepada masyarakat ini dilaksanakan di rumah mitra UMKM. Pada kegiatan ini tim memberikan penjelasan mengenai strategi pemasaran menggunakan digital marketing . Para pelaku usaha lemang tapai diberikan pelatihan Tim Pengabdian mempraktekkan mulai dari membuat website, membuat instagram dan membuat facebook, Pelaku Usaha didampingi oleh tim untuk mengakses website,instagram dan facebook melalui akun bisnis

3. Pendampingan

Pendampingan dilakukan di UMKM bersama tim ahli dari setiap bidang ilmu. Proses yang dilaksanakan dalam kegiatan ini strategi pemasaran.

Tahap Evaluasi

Setelah Kegiatan pengabdian ini dilakukan tim pengabdian melakukan evaluasi secara berkala tentang penerapan strategi pemasaran secara digital , apa saja yang sudah dilakukan serta perkembangan usaha UMKM.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil wawancara dengan pelaku Usaha Lemang Tapai selama ini tingkat penjualan dari Lemang Tapai serta pengetahuan dan pemahaman kelompok tani usaha Lemang Tapai dalam mengelola usaha masih rendah. Dalam pemasaran produk, kemasan Lemang Tapai masih menggunakan plastik dan air tapai menggunakan botol bekas sehingga membuat rendahnya keinginan konsumen untuk membeli lemang tapai. Kegiatan promosi atau pemasaran dilakukan Usaha Lemang Tapai juga masih terbatas. Melihat kondisi

ini Kelompok Usaha Lemang Tapai perlu mendapatkan pembinaan dalam pengembangan usaha.

Untuk melakukan pembinaan dalam pengembangan Usaha Lemang Tapai di Kelurahan sungai rupat yaitu Fakultas Ekonomi dan Bisnis serta Fakultas Teknik Universitas Muhammadiyah Bengkulu melakukan pendampingan kepada pelaku Usaha Lemang Tapai Kelurahan Sungai Rupat dalam bentuk Pengabdian Masyarakat dengan memberikan pendampingan keberlanjutan usaha Lemang Tapai dalam rangka meningkatkan pengetahuan dan pemahaman tentang manajemen mengelola usaha serta pemasaran menggunakan digital marketing yang bernilai saing sehingga memberikan nilai tambah yang lebih besar dan dapat membuka peluang pasar dalam meningkatkan penghasilan pelaku usaha Lemang Tapai

Kandungan asam amino dan asam lemak serta mineral ikan dapat memperbaiki status gizi dan sel-sel otak, sehingga mampu meningkatkan kesehatan. Konsumsi ikan yang mengandung Omega-3 berpengaruh terhadap perkembangan kognitif, kehadiran di sekolah, dan tepat waktu sekolah (Gopinath, et all. 2010).



Gambar 1. Pendataan nama pelaku usaha kelompok lemang tapai oleh tim pengabdian Masyarakat Pemberian asam lemak ikan selama masa kehamilan akan

Kegiatan ini diawali Tim Pengabdian dengan melakukan pendataan nama usaha masing masing dari kelompok Usaha Lemang Tapai dalam rangka persiapan memberikan pendampingan pelatihan kepada para pelaku usaha dan membuat identitas masing masing kelompok Pelaku Usaha lemang Tapai agar

memudahkan dalam persiapan pendampingan pemasaran melalui digital marketing.



Gambar 2. Observasi tentang penggunaan kemasan dari produk lemang tapai

Dari gambar diatas dapat terlihat kemasan produk lemang tapai jika konsumen membeli dibungkus dengan plastik sehingga kurang menarik dan air tapai dari botol bekas yang dapat menyebabkan kurang bersih mikro organisme yang mudah berkembang serta tidak adanya identitas dari usaha atau spanduk nama usaha.

Pendampingan dan Pelatihan

Dalam kegiatan pengabdian ini tim melakukan pendampingan dan pelatihan, Pelatihan untuk meningkatkan pengetahuan terhadap manajemen mengelola usaha untuk meningkatkan volume penjualan melalui pemasaran produk melalui digital marketing. Untuk melakukan pemasaran digital ada beberapa hal yang perlu dilakukan membuat kemasan produk yang lebih menarik dan dapat bertahan lama.



Gambar 3. Persiapan tim pengabdian untuk memberikan pelatihan dan pendampingan pembuatan kemasan, label produk dan sisem melakukan pemasaran digital

Dalam kegiatan pengabdian ini tim pengabdian memberikan pelatihan dan pengetahuan mengenai kemasan lemang tapai yang dapat membuat produk bertahan lama dengan kemasan yang lebih menarik. Kemasan atau *packaging* menjadi salah satu unsur penting dalam suatu produk. Menurut Kotler & Keller (2009: 27), pengemasan adalah kegiatan merancang dan memproduksi wadah atau bungkus sebagai sebuah produk. Pengemasan disebut juga pembungkusan, pewadahan atau pengepakan. Pengemasan memegang peranan penting dalam pengawetan dan mempertahankan mutu suatu produk makanan. Makanan yang diberi wadah atau pembungkus akan tercegah dari kerusakan, pencemaran (debu) serta gangguan fisik (gesekan, benturan, getaran).

Dalam menentukan bahan pengemas tim pengabdian memberikan masukan kepada Usaha lemang tapai untuk memilih bahan pengemas seperti botol atau gelas yang terbuat dari plastik karena mempertmbangan produk yang mengandung air seperti tapai. Tim pengabdian memberikan label yang merupakan identitas dari produk. Beberapa informasi yang dicantumkan dalam label meliputi nama produk, nama pembuat produk, alamat pembuat produk, dan komposisi bahan yang digunakan. Identitas dari produk ini dibuat sebagai usaha agar memberikan kemudahan ketika konsumen dan pelanggan membeli lemang tapai secara online serta menghindari kesalahan dalam pembelian . Contoh pembuatan label identitas produk pada gambar berikut :



Gambar 4. gambar label produk dan identitas Usaha Lemang Tapai yang diberikan tim pengabdian kepada Usaha Lemang

Setelah melakukan pemilihan kemasan produk dan pembuatan label identitas produk lemang tapai kegiatan pengabdian ini juga memberikan pengetahuan dan pemahaman kepada pelaku Usaha Lemang Tapai dalam meningkatkan penjualan dengan melakukan pemasaran melalui digital marketing sebagai sarana promosi untuk memperkenalkan produk ke wilayah pemasaran yang lebih luas sehingga pendapatan pelaku usaha diharapkan juga semakin meningkat



Gambar 5. Penyampaian materi pelatihan oleh tim pengabdian tentang Strategi pemasaran dengan menggunakan strategi pemasaran digital

Kegiatan pelatihan ini dihadiri oleh 20 pelaku usaha Lemang Tapai Kelurahan Sungai Rupert, kehadiran adalah 100%. Pada saat pelatihan ini terlihat antusiasme peserta dengan berbagai pertanyaan yang berkaitan dengan konsep dasar terkait pengelolaan dan pemasaran produk. Menurut Kottler dan Keller (2009) menyatakan pemasaran online merupakan suatu usaha-usaha untuk memasarkan produk dan jasa dan membangun hubungan dengan pelanggan melalui internet dengan tujuan menjangkau calon pelanggan yang luas. Ridwan Sanjaya & Josua Tarigan (2009), menyatakan Digital marketing adalah kegiatan pemasaran termasuk branding yang menggunakan berbagai media, Sebagai contoh yaitu blog, website, e-mail dan berbagai macam jaringan media sosial.

Kegiatan pelatihan dan pendampingan pemasaran online Tim Pengabdian mempraktekkan mulai dari membuat website, membuat instagram dan membuat facebook, yang dimana instagram dan facebook akan di satukan dalam link akses yang memudahkan konsumen untuk membeli Lemang Tapai. Pelaku Usaha didampingi oleh tim untuk mengakses website, instagram dan facebook melalui akun bisnis, setelah itu mempraktekkan dari mulai login, cara melihat

pemberitahuan masuk, cara menambahkan produk baru, lalu cara transaksi yang ada di website, facebook, dan instagram.



Gambar 6. Photo bersama antara tim pengabdian dengan pelaku usaha lemang tapai setelah melakukan tim pengabdian menyampaikan materi

Setelah memberikan pelatihan kepada Pelaku usaha Lemang Tapai selanjutnya tim pengabdian turun ke lokasi tempat dimana para pelaku usaha ini berjualan untuk melakukan pendampingan pemasangan spanduk kepada setiap lokasi usaha agar konsumen dapat membedakan ciri khas dari cita rasa produk yang dihasilkan dari setiap pelaku usaha lemang tapai selain untuk mempengaruhi minat konsumen dalam melakukan pembelian juga dapat menghindari konsumen dalam melakukan pilihan yang salah.



Gambar 7 (kiri). Pemasangan spanduk; gambar 8 (kanan) contoh stikel logo yang digunakan untuk lebel produk Lemang Tapai.

Gambar 7 (kiri) dan 8 (kanan) di atas tim sedang melakukan aktivitas pemasangan Spanduk. Spanduk merupakan bentuk Branding dan Identitas Visual suatu produk Lemang Tapai, sehingga membantu dalam membangun identitas visual untuk usaha kecil Lemang Tapai.



Gambar 9 (kiri) dan gambar 10 (kanan) gambaran label dan spanduk yang telah dipasang Tim.

Gambar 9 terlihat produk yang telah diberi label. Label tersebut didesain memiliki logo, identitas produk serta nomor HP pemilik usaha. Sedangkan gambar 10 (kanan) Spanduk yang telah terpasang dengan baik, sehingga informasi yang disampaikan dalam spanduk dapat membantu dalam menciptakan citra merek yang konsisten dan dikenali oleh masyarakat setempat.

Spanduk yang menarik dan informatif dapat membangkitkan minat dan keterlibatan masyarakat untuk tertarik membelanjakan uangnya. Dalam konteks usaha kecil, spanduk seringkali merupakan alternatif yang terjangkau dibandingkan dengan iklan atau promosi lainnya. Dengan biaya yang relatif rendah, spanduk bisa memberikan dampak yang cukup besar terhadap kesadaran dan perhatian terhadap suatu usaha. Hal ini, akan Usaha Lemang Tapai sudah siap untuk menggunakan pemasaran secara digital sebagai sarana promosi untuk meningkatkan penjualan dan pendapatan Usaha Lemang Tapai.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk memberikan pendampingan dalam pemberdayaan kelompok usaha Lemang Tapai kelurahan sungai rupa untuk meningkatkan pengetahuan dan pemahaman tentang kemasan serta pemasaran produk yang dapat bernilai dan bersaing. Kegiatan ini mendapat sambutan yang baik dari mitra. Kegiatan ini telah merubah dari produk lemang tapai dengan kemasan plastik tanpa label menjadi kemasan produk lemang tapai

JURNAL ABDIMAS SERAWAI Vol 3 No 3, DESEMBER 2023

dengan menggunakan botol dan gelas plastik yang dilengkapi dengan label produk guna meningkatkan kualitas produk sehingga produk lemang tapai terjamin kebersihan dan lebih menarik.

Saran

Kegiatan pelatihan dan pengembangan sistem pemasaran digital yang dilakukan tim ini dapat meningkatkan wilayah pemasaran produk lemang tapai menjadi lebih luas tidak hanya kota dan propinsi Bengkulu dengan harapan agar kegiatan seperti ini bisa dilakukan terus menerus.

DAFTAR PUSTAKA

- Chusniyah, Istianatul, and Nilna Fauza. "Pelatihan Digital Marketing Bagi Pelaku UMKM Sebagai Upaya Peningkatan Pemasaran Di Masa Pandemi Bagi Masyarakat." *Khidmatuna: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 2.2 (2022): 138-149.
- Fahira, Dinda Nur, Efa Agustina, and Muhammad Qurhtuby. "Digital Marketing Implementation: Implentasi Pemasaran Digital Untuk Meningkatkan Penjualan Industri Di Kelurahan Tangkerang." *Jurnal Pendidikan Tambusai* 5.2 (2021): 63-68.
- Hapsoro BB, Palupiningdyah, Slamet A. 2019. Peran Digital Marketing sebagai Upaya Peningkatan Omset Penjualan Bagi Klaster UMKM di Kota Semarang. *Abdimas* 23 (2)
- Haryanto, Hery, et al. "Pemasaran Digital untuk meningkatkan produktivitas, efisiensi dan pendapatan UMKM JHN Shop Batam." *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia* 2.2 (2022): 181-186.
- Kotler & Keller (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jilid I, E: 13, Jakarta: Erlangga
- Kotler & Amstrong, Setyo. 2012,
- Naimah, Rahmatul Jannatin, et al. "Penerapan digital marketing sebagai strategi pemasaran UMKM." *Jurnal IMPACT: Implementation and Action* 2.2 (2020): 119-130.
- Nst, Venny Fraya Hartin, et al. "Pendampingan Pemasaran Keripik Ubi Dalam Meningkatkan Penjualan Berbasis Digital Di Desa Marendal 1 Kecamatan Patumbak, Deli Serdang-Sumatera Utara." *Jurnal PKM Hablum Minannas* 2.1 (2023): 45-52.
- Nugrahaningsih, Putri, et al. "Pemberdayaan masyarakat melalui pelatihan kewirausahaan dan pemasaran digital pada BUMDES Blulukan Gemilang." *Kumawula: jurnal pengabdian kepada masyarakat* 4.1 (2021): 8-14.
- Sanjaya, Ridwan dan Josua Tarigan. (2009). *Creative Digital Marketing*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Sasongko, Dimas, et al. "Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM Makaroni Bajak Laut Kabupaten Temanggung." *Jurnal Ilmiah Pangabdhi* 6.2 (2020): 92-96
- Sundari, Sri, and Herwiek Diyah Lestari. "Pemasaran Digital Dalam Kewirausahaan." *WIKUACITYA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 1.1 (2022): 94-99..

Wahyudi, Wahyudi, et al. "Mengenal Pemasaran Digital Dan Market Place: Solusi Meningkatkan Penjualan di Masa Pandemi Covid-19." *Jurnal PKM Manajemen Bisnis* 2.1 (2022): 44-53.