

PENGEMBANGAN USAHA PADA UMKM STOEN HOUSE DENGAN MENGGUNAKAN MANFAAT DARI PASAR DIGITAL

BUSINESS DEVELOPMENT IN THE MSME SECTOR IN STOEN HOUSE USING THE BENEFITS OF DIGITAL MARKETING

Julfika Anditansyah

¹Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Gunung Djati
Bandung julfika95@gmail.com

ABSTRAK

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam pertumbuhan perekonomian sebuah negara dan memiliki kesempatan untuk menyerap tenaga kerja sehingga perlu untuk dikembangkan. UMKM Stoen house menjual berbagai makanan dan minuman yang berlokasi di Desa Lebak Muncang Dusun Tresna Asih (Cijembel) RT 001 / RW 007, Kecamatan Ciwidey, Kabupaten Bandung.

Masalah yang dihadapi oleh UMKM Stoen house yaitu pemasaran produk masih tradisional, pemasaran produk masih mencakup wilayah tertentu dan belum adanya promosi produk. Solusi dari masalah yang dihadapi oleh UMKM stoen house adalah membuat akun media sosial, pembuatan branding, pengemasan barang, dan memposting foto produk. Metode penyelesaian masalah dalam program KKN dengan metode penyelesaian berupa pelatihan dan pendampingan tentang Digital Marketing. Kegiatan KKN menghasilkan penggunaan media sosial yang dapat digunakan UMKM Asih untuk menarik minat pembeli. Pelatihan dan pendampingan dilakukan secara intensif untuk memastikan UMKM Stoen house dapat menggunakan secara maksimal.

Kata kunci: pengabdian masyarakat; UMKM; Digital Marketing; media sosial

Abstract

Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) have an important role in the economic growth of a country and have the opportunity to absorb labor so it needs to be developed. Stoen house SMEs sell a variety of food and beverages located in Lebak Muncang Village Tresna Asih Hamlet (Cijembel) RT 001 / RW 007, Ciwidey District, Bandung Regency.

The problems faced by Stoen house SMEs are that product marketing is still traditional, product marketing still covers certain areas and there is no product promotion. The solution to the problems faced by stoen house SMEs is to create social media accounts, create branding, package goods, and post product photos. The method of solving problems in the KKN program with completion methods in the form of training and assistance on Digital Marketing. KKN activities result in the use of social media that SMEs Asih can use to attract buyers. Training and mentoring are carried out intensively to ensure Stoen house SMEs can use them to the fullest.

Keywords: community service; MSMEs; Digital Marketing; social media

A. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi Internet yang sangat pesat memiliki dampak pada tata cara memperkenalkan dan memasarkan produk dengan memanfaatkan Digital Marketing, dengan berkembangnya Internet dan Digital Marketing memberikan kemudahan kepada pelanggan untuk mendapatkan informasi tentang produk sekaligus kemudahan dalam melakukan transaksi jual beli (Sasongko et al., 2020).

Dengan memanfaatkan internet sebagai media dalam menjalankan bisnis, Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) berpeluang besar memberikan kontribusi pada perkembangan perekonomian dunia. UMKM merupakan usaha yang punya peranan penting dalam perekonomian Negara Indonesia, baik dari sisi lapangan kerja yang tercipta maupun dari sisi jumlah usahanya (rudjito 2003)

Digital Marketing merupakan salah satu cara yang dapat digunakan oleh pemilik usaha untuk memasarkan atau mempromosikan sebuah produk melalui media online seperti website dan marketplace agar bisa menjangkau konsumen dan calon konsumen dengan lebih luas dan cepat. Secara sederhana digital marketing merupakan sebuah istilah yang mencoba mendeskripsikan jasa pemasaran terintegrasi yang digunakan untuk menarik perhatian dan melibatkan konsumen secara online (Rubiyanti et al., 2020). Media online yang saat ini banyak digunakan untuk memasarkan produk adalah memanfaatkan media sosial, contoh media sosial yang populer digunakan oleh pengguna antara lain, Instagram, Facebook, dan Youtube. (Hendriadi et al., 2019).

Media sosial dapat dimanfaatkan untuk membantu UMKM dalam memasarkan produk mereka. Aplikasi media sosial dengan model pesan instant contohnya WhatsApp dan web jejaring sosial contohnya Facebook menawarkan fasilitas untuk dapat berinteraksi antara penjual dengan pembeli. Aplikasi-aplikasi media sosial tersebut memiliki tujuan untuk menyebarkan informasi tentang pengalaman konsumen dalam menggunakan atau mengkonsumsi produk dan merek tertentu, sehingga dapat menarik perhatian calon konsumen lain yang tentu saja dapat mengarah pada peningkatan profit bagi UMKM. (Hestanto, 2020).

Kuliah Kerja Nyata (KKN) merupakan salah satu bentuk kegiatan implementasi dari Tri Dharma Perguruan Tinggi yang secara khusus melaksanakan salah satu poin

yang terkandung yaitu amalkan melalui berbagai ilmu yang pengabdian kepada masyarakat.

Kegiatan Kuliah Kerja Nyata bagi mahasiswa diharapkan dapat menjadi sebuah pembelajaran yang kedepannya dapat di dapatkan dari altar pendidikan perguruan tinggi melalui berbagai kegiatan yang berlangsung ditengah masyarakat agar mampu menjadi agent of change dari dinamika keseharian yang terjadi di masyarakat, baik secara aktif, kreatif dan inovatif.

Lokasi KKN berda di Desa Lebak Muncang Dusun Tresna Asih (Cijembel) RT 001 / RW 007, Kecamatan Ciwidey, Kabupaten Bandung. Mayoritas masyarakat yang tinggal di daerah dusun tersebut

UMKM Stoen house menjual berbagai makanan ataupun minuman dan snack ringan berdiri sejak tahun 2017 yang lalu. UMKM Stoen house berada di Desa Lebak Muncang Dusun Tresna Asih (Cijembel). Penjualan produk UMKM Stoen house mengharuskan pembeli yang ingin memesan produk untuk datang langsung ke lokasi atau dengan cara lain yaitu melakukan pemesanan melalui Whatsapp untuk menanyakan produk yang akan dibeli. Masalah yang dihadapi oleh UMKM Stoenhouse yaitu pemasaran produk masih tradisional, pemasaran produk masih mencakup wilayah tertentu dan belum adanya promosi produk. Solusi untuk UMKM Stoen house dalam menyelesaikan masalah yang dihadapi adalah dengan membuat akun media sosial, menciptakan branding baru, pengemasan barang, dan memposting foto produk.

B. METODOLOGI PENGABDIAN

Kuliah Kerja Nyata ini dilaksanakan di Dusun Tresna Asih RT 001 / RW 007, Desa Lebak Muncang, Kecamatan Ciwidey, Kabupaten Bandung. Mahasiswa melaksanakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat selama 25 hari terhitung tanggal 6 Agustus 2021 sampai 31 Agustus 2021. Dalam proses pelaksanaannya, cara untuk mengetahui potensi dan permasalahan yang dirasakan oleh masyarakat di dusun tersebut, mahasiswa menggunakan 3 metode, yaitu : (1) metode sharing dan berbagi cerita, (2) wawancara mendalam, (3) diskusi kelompok terfokus bersama masyarakat di Dusun tersebut secara langsung.

1. Sharing dan Berbagi Cerita

Metode ini dilaksanakan dengan cara berbagi ilmu dan cerita secara langsung bersama masyarakat terkait pengetahuan dan pengalaman masyarakat di Dusun Lebak Muncang.

2. Metode Wawancara Mendalam

Metode ini dilaksanakan dengan cara interview secara langsung bersama perangkat desa dan masyarakat terkait potensi dan permasalahan yang ada di Desa Lebak Muncang khususnya Dusun Tresna Asih.

3. Diskusi kelompok terfokus

Metode ini dilaksanakan setelah melakukan wawancara, dimana setelah itu mahasiswa bersama warga Dusun Tresna Asih melakukan sesi diskusi untuk menyelesaikan masalah yang terjadi secara bersama - sama di Dusun Tresna Asih.

Metode Penyelesaian masalah dalam program KKN dengan metode penyelesaian berupa:

(1) Pelatihan dasar pembentukan merek: pelatihan tentang teknik pembentukn merek. (2) Pelatihan teknik mengambil gambar produk: pelatihan tentang tips dan trik dalam pengambilan gambar untuk produk. (3) Pelatihan media sosial: pelatihan untuk menggunakan media sosial sebagai alat untuk pemasaran produk yang terdiri dari cara memposting, waktu posting, gambar dan atau video yang diposting, pemberian caption atau keterangan produk yang dapat digunakan sebagai sarana penarik konsumen. (4) pelatihan marketplace dan copywriting: pelatihan pengenalan wadah marketplace sebagai alternatif lain selain media sosial untuk memasarkan produk, dan teknik penulisan deskripsi pada produk serta cara membuat penawaran – penawaran yang menarik oleh pelaku usaha dan petani serta memberikan edukasi mengenai pelayanan maksimal yang harus diberikan kepada para konsumen. (5) Pendampingan: Pendampingan dilakukan dalam semua kegiatan untuk memastikan para petani dan pelaku usaha mikro kecil menengah sudah memahami dan siap menerapkan secara berkelanjutan dari pelatihan – pelatihan yang sudah diberikan.



Bagi masyarakat, kehadiran mahasiswa diharapkan mampu memberikan ilmu yang bermanfaat sebagai bentuk pendampingan secara motivasi dan inovasi dalam bidang ekonomi.

Berdasarkan analisis situasi, kondisi objek dan solusi yang disepakati bersama, maka tahapan pelaksanaan kegiatan KKN disajikan dalam Gambar



melalui bentuk pelatihan dan pendampingan. Pelatihan dilaksanakan dengan menyampaikan materi pengetahuan dasar dalam menggunakan media sosial untuk pemasaran produk dan dilakukan pendampingan kepada mitra untuk memastikan mitra sepenuhnya mampu memanfaatkan secara berkelanjutan. Berdasar pada analisis situasi, kondisi obyektif yang ada pada mitra, dan solusi yang disepakati bersama, maka tahapan pelaksanaan kegiatan PKM disajikan dalam Gambar 1.

C. HASIL KEGIATAN

Kegiatan KKN dilaksanakan di Dusun tresna asih tepatnya pada UMKM "STOEN HOUSE" Desa lebak muncang, Dusun Tresna Asih (Cijembel) RT 001 / RW 007, Kecamatan Ciwidey, Kabupaten Bandung, Pelaksanaan KKN yang sudah dilaksanakan terdiri dari kegiatan dan luaran sebagai berikut:

4. 1. Pengenalan packaging dan branding

Kegiatan ini bertujuan memberikan pengetahuan dan pengenalan Packaging dan Branding ini yaitu memperbaiki Packaging dan Branding sebelumnya agar menjadi lebih menarik dan dengan model yang baru agar lebih menarik konsumen. Hasil dari kegiatan ini adalah berupa luaran logo dan wadah pengemasan baru untuk UMKM Asih seperti yang terlihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Hasil Luaran Kegiatan Pelatihan Packaging dan Branding

5. 2. Pelatihan packaging produk

Kegiatan ini bertujuan memberikan pengetahuan dan pengenalan packaging agar pemilik UMKM dapat memaksimalkan model packaging yang baru. Hasil dari kegiatan ini seperti yang terlihat pada Gambar 3.



6. 3. Pelatihan pengambilan foto produk

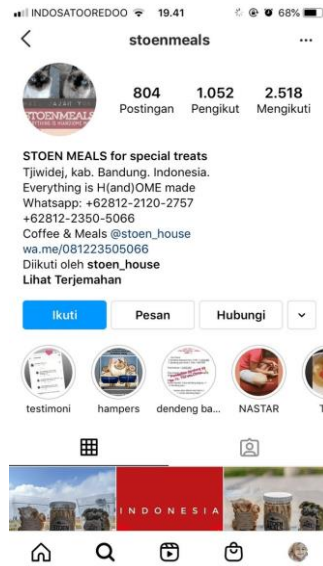
Kegiatan ini bertujuan memberikan pengetahuan dan keterampilan kepada pemilik dan karyawan UMKM Asih dapat mengambil foto produk yang akan digunakan sebagai bahan promosi di media sosial. Hasil pengambilan foto produk seperti yang terlihat



7. 4. Media sosial dan pelatihan posting produk

Pada pelatihan ini kita membahas tentang apa itu sosial media dan bagaimana cara memosting sebuah produk. Hasil dari pelatihan ini yaitu: (1) Pembuatan akun sosial media seperti Instagram dan Facebook. (2) Cara memosting produk pada akun media sosial. Dokumentasi luaran media sosial dan kegiatan pelatihan posting produk seperti yang terlihat pada Gambar 5.





Gambar 5. Hasil Luaran Media Sosial dan Pelatihan Posting Produk

Media social Stoen house bisa diakses melalui media social instagram

https://instagram.com/stoenmeals?utm_medium

https://instagram.com/stoen_house?utm_medium

8. 5. Pendampingan kepada mitra UMKM Stoen house

Kegiatan pendampingan dilakukan pada tahap akhir. Kegiatan ini dilaksanakan untuk memastikan mitra UMKM Stoen house yang terdiri dari pemilik dan karyawan sudah memahami tentang Digital Marketing dan mampu memaksimalkan packaging dan media sosial yang sudah dihasilkan dari kegiatan sebelumnya. Dokumentasi kegiatan pendampingan seperti yang terlihat pada Gambar 6.





Kegiatan KKN (kuliah kerja nyata) yang sudah dilaksanakan telah didokumentasikan

gandeng-pemuda/ dan dokumentasi kegiatan KKN dapat dilihat pada gambar



D. KESIMPULAN DAN SARAN

UMKM Stoen house terletak di Kabupaten Bandung Kecamatan Ciwidey Desa Lebak Muncang. UMKM Stoen house ini berfokus membuat dan memasarkan makanan ringan. Produksi makanan ringan dilakukan di rumah dan diolah dikemas oleh satu keluarga yang belum memiliki karyawan, sehingga memanfaatkan tenaga satu rumah Untuk produksi. Penjualan masih tradisional dirumah dan berdasarkan pesanan. Dalam kegiatan KKN di UMKM Stoen house ini tim pengabdian mengembangkan pemasaran produk melalui platform media sosial Instagram dan Facebook. dan membuat packaging makanan ringan agar lebih menarik bagi pembeli. Pembuatan packaging juga membuat dan dikemas sesuai dengan perkembangan pemasaran produk di masa kini, sehingga produk tradisional juga dapat bersaing dalam pemasaran dengan

produk baru dan menjual di media social maupun di e-commerce supaya lebih dikenal bahkan sampai ke mancanegara sekalipun.

E. UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terimakasih sebesar-besarnya kepada Allah swt. karena atas izin-Nya lah peneliti dapat menyelesaikan kegiatannya dengan lancar, kepada kedua orang tua yang senantiasa memberikan semangat baik moril maupun materi, kepada rekan-rekan seperjuangan mahasiswa, kepada masyarakat atau warga Desa Lebakmuncang yang menerima peneliti dengan hangat dan sangat baik, kepada pelaku usaha Stoen House yang telah ikut serta dan memfasilitasi dalam kegiatan ini, tak lupa juga kepada Dosen Pembimbing Lapangan Bapak Suteja Wira Dana, M.E., yang telah mendampingi selama pengabdian atau kegiatan Kuliah Kerja Nyata berlangsung, dan terutama kepada kampus Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung yang telah mengadakan kegiatan Kuliah Kerja Nyata DR Sisdamas 2021.

F. DAFTAR PUSTAKA

Wibowo, B. S., & Haryokusumo, D. 2020. Peluang Revolusi Industri 4.0 Bidang Pemasaran: Pemanfaatan Aplikasi E-commerce, Sosial Media Instagram dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Instant Online Buying Konsumen Generasi Millenial. *Capital: Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 3(2): 86

Hardilawati, W., Laura. 2020. Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi Covid-19. *Jurnal Akuntansi dan Ekonomika*, 10(1): 89-98

Opiida. 2014. Pengertian E-marketplace. Retrieved. From <https://tokohalista.wordpress.com>