



## MENGEMBANGKAN POTENSI UMKM CINCAU DENGAN DIGITAL MARKETING

**Muhammad Tegar Fadli, Priyono**  
Institut Bakti Nusantara, Lampung, Indonesia

Artikel info	ABSTRAK
<p><b>Corresponding Author:</b></p> <p>Muhammad Tegar Fdli <a href="mailto:tegarfadli589@gmail.com">tegarfadli589@gmail.com</a> Institut Bakti Nusantara</p>	<p>Pengabdian Masyarakat yang berupa pengabdian pelatihan digital marketing bertujuan untuk meningkatkan efisiensi UMKM yang ada di Desa Sukoharjo 1, Pringsewu. Sosialisasi ini bisa menjadi bekal bagi UMKM Cincau untuk menambah pengetahuan terkait digital marketing. Sosialisasi tersebut berkaitan dengan kemasan serta pemasaran hasil produk cincau. Metode yang digunakan adalah pendekatan ini menekankan kepada inventaris asset yang terdapat didalam masyarakat yang dipandang dapat mendukung kegiatan pemberdayaan masyarakat di Desa Sukoharjo 1, Pringsewu.</p> <p><b>Keywords:</b> <i>UMKM, Sosialisasi, Digital Marketing</i></p>
<p>This article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution-Share Alike 4.0 International License (<a href="https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/">https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/</a>)</p>	

### PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi adalah sesuatu yang tidak bisa dihindari dalam kehidupan sekarang. Khusus pada bidang teknologi masyarakat sudah menikmati banyak manfaat yang dibawa oleh inovasi-inovasi yang telah dihasilkan dari kemajuan teknologi.

Di Indonesia, keberadaan UMKM dinilai sangat baik dan dapat menjadi pilar perekonomian bangsa. Selain itu, keberadaan UMKM juga dapat meminimalisir jumlah pengangguran. Keberadaan UMKM yang bersifat padat karya menggunakan teknologi yang sederhana dan mudah dipahami mampu menjadi sebuah wadah bagi masyarakat untuk bekerja ([www.smenda.com](http://www.smenda.com)).

Perkembangan teknologi informasi berkembang dengan pesat. Pada era teknologi ini, pemerintah memutuskan para UMKM akan mulai mereformasikan teknologi pemasaran dengan perkembangan teknologi yang ada. Sebagian aktivitas UMKM memanfaatkan teknologi informasi untuk menjalankan usahanya. Semakin banyaknya pesaing menjadi pertimbangan bagi pelaku untuk melakukan inovasi dalam memenangkan persaingan tersebut (Pradiani, 2017).

Strategi yang dapat digunakan UMKM agar lebih maju dan berkembang serta mereformasikan perkembangan teknologi adalah melalui strategi digital marketing. Untuk mendorong digital marketing dapat dilakukan melalui perangkat teknologi media sosial

seperti e-comercial, gofood, grabfood, dan shopeefood. Aplikasi ini dapat digunakan untuk menjual produk sehingga dapat memudahkan untuk berkomunikasi atau berinteraksi langsung antara penjual dan pembeli (Portal UMKM, 2020). Digital marketing menjadi salah satu media yang sering digunakan oleh para pelaku usaha karena kemampuan baru konsumen dalam mengikuti arus digitalisasi. Dengan digital marketing komunikasi dan transaksi dapat dilakukan setiap waktu dan dapat diakses diseluruh dunia. (Kotler & Keller, 2008).

Salah satu UMKM yang berkembang di Desa Sukaharjo 1, Pringsewu Adalah UMKM pembuatan cincau. Penguasaha UMKM tersebut belum menerapkan digital marketing dalam melakukan pemasaran hasil jadi dari cincau tersebut dikarena pengusaha tersebut sudah memiliki pelanggan tetap yaitu pelanggan di pasar ataupun perorangan yang mengambil langsung ke rumah.

Tujuan dari kegiatan ini adalah mengenalkan kepada pengusaha tersebut terkait digital marketing yang dapat meningkatkan efisiensi penjualan produk cincau tersebut yaitu tidak hanya di distribukasikan ke pasar atau perorangan saja.

## **METODE PENELITIAN**

Pada penelitian ini menggunakan model pendekatan dalam pengembangan masyarakat desa. Pendekatan ini menekankan kepada inventaris asset yang terdapat didalam masyarakat yang dipandang dapat mendukung kegiatan pemberdayaan masyarakat di Desa Sukaharjo 1, Pringsewu (Nurhidayati, 2016). Tahap pertama, mengidentifikasi asset yang dimiliki masyarakat desa yaitu dengan menganalisis potens SDA yang dimiliki masyarakat desa. Salah satu asset SDA yang dimiliki Desa Pringsewu adalah UMKM Cincau milik bapak Supriyanto. Tahap selanjutnya yaitu dengan melakukan sosialisasi serta mengidentifikasi hambatan pada UMKM Cincau tersebut dengan tujuan untuk meningkatkan pengetahuan serta keterampilan dalam mengolah potensi UMKM Cincau tersebut melalui sosialisasi digital marketing.

## **HASIL**

Kegiatan pengabdian masyarakat berupa sosialisasi terkait digital marketing kepada UMKM Cincau di Desa Sukoharjo 1, Pringsewu, Lampung milik bapak Supriyanto dilaksanakan pada hari Senin, 25 Desember 2023 pukul 10.00-11.30 Wib di rumah bapak Supriyanto yaitu sebagai tempat pembuatan cincau tersebut.

Sosialisasi tersebut dilakukan dengan memberikan penjelasan kepada bapak Supriyanto terkait digital marketing yaitu pemasaran yang dilakukan secara online dengan memanfaatkan perkembangan internet. Sosialisasi tersebut diawali dengan perkenalan bapak Supriyanto selaku pemilik UMKM cincau tersebut, selanjutnya terkait proses pembuatan cincau tersebut yaitu dari awal perebusan daun cincau, proses pembelian daun cincau hingga proses pengemasan cincau yang sudah di potong ataupun belum dipotong yaitu masih di loyang yang berbentuk kotak. Pemasaran hasil produksi cincau yaitu masih secara manual yaitu dengan mendistribukasikan ke penjual cincau dipasar ataupun pembeli langsung datang kerumah untuk membeli cincau tersebut. Cincau yang didistribusikan ke pasar masih berbentuk di loyang sedangkan untuk yang beli secara

langsung ke rumah yaitu dengan menggunakan plastik. Dalam sehari bapak Supriyanto bisa memproduksi sekitar 10-30 loyang cincau.

Setelah sharing-sharing terkait proses pembuatan, pemasaran, serta keuntungan maka selanjutnya yaitu dengan memberikan pemahaman kepada bapak Supriyanto terkait digital marketing. Sosialisasi tersebut berkaitan dengan pengemasan serta pemasaran hasil produksi yaitu cincau. Pada UMKM Cincau milik bapak Supriyanto pengemasan hanya menggunakan plastik yang iket menggunakan karet bagi pembeli yang langsung datang kerumah dan tanpa menggunakan label sebagai pengenalan produk cincau tersebut. Untuk meningkatkan daya jual sebenarnya bermula dari pengemasan. Ketika kemasan produk dibuat semenarik mungkin maka akan meningkatkan daya pikat produk terhadap konsumen. Memang terkadang ada pembeli yang tidak melihat kemasan suatu produk. Apalagi produk milik bapak Supriyanto sudah memiliki pelanggan tetap yang setiap harinya datang kerumah ataupun didistribusikan ke pasar oleh karyawan bapak Supriyanto. Selain pengemasan produk, promosi produk juga sangat berperan terhadap penjualan hasil produksi. Semakin berkembangnya dunia teknologi, promosi produk bisa dilakukan dengan memanfaatkan media sosial seperti facebook, instagram.



Dokumentasi Pengemasan Cincau

Hal penting selanjutnya yaitu terkait pemasaran, hasil produksi tidak hanya dijual kepasar saja bisa juga dengan dijual secara online yaitu melalui aplikasi terkait pemesanan makanan ataupun barang secara online yaitu bisa menggunakan grabfood, gofood apalagi dalam aplikasi tersebut sekarang ada fitur belanja kebutuhan secara online dengan sistem instan. Sehingga bapak Supriyadi dapat memanfaatkan aplikasi tersebut dalam melakukan pemasaran produk selain itu pemesanan produk juga bisa secara online yaitu menggunakan WhatsApp.



Dokumentasi Sosialisasi



Dokumentasi Bersama dengan Pemilik

Dari materi sosialisasi tersebut, diharapkan bisa diterapkan oleh bapak Supriyanto untuk mengembangkan penjualan hasil produksi cincau sehingga UMKM tersebut bisa berkembang dengan baik.

### **SIMPULAN**

Berdasarkan sosialisasi tersebut dapat disimpulkan, digital marketing dapat memudahkan transaksi antara penjual dan pembeli terkait pembelian suatu produk. Namun, tidak sedikit pengusaha UMKM yang belum menerapkan digital marketing tersebut sehingga proses penjualan ataupun proses promosi masih dilakukan secara manual atau tradisional.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anjelly, Abdulla (2023) *Pemanfaatan Teknologi Informasi Untuk meningkatkan Efisiensi Penjualan Pada Gudang Kurma Tembilaan* Abdiformatika Jurnal Pengabdian Masyarakat Informatika Vol.4, No.2.
- Dwi Feni Anggraeni, dkk *Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Melalui Fasilitas Pihak Eksternal dan Potensi Internal (Studi Kasus pada Kelompok Usaha "Emping Jagung" di Kelurahan Pandanwangi Kecamatan Blimbing, Kota Malang)* Jurnal Administrasi Publik, Vol.1, No.6
- Fariq Maulana Ibrahim, dkk (2023) *Pendampingan UMKM Meningkatkan Hasil Produksi dan Penjualan Pemasaran Digital Usaha Bakso Wakid* Informatika Jurnal: Jurnal Pengabdian Masyarakat Vol.4 No.2
- Istalamatunnada, dkk (2023) *Pengembangan Potensi UMKM Menggunakan Teknik ABCD Melalui Pelatihan Digital Marketing (Di Desa Pabuaran, Kecamatan Bantarbolang, Kabupaten Pemalang)* Jurnal Abdiformatika: Jurnal Pengabdian Masyarakat Informatika, Vol. 3 No.2
- Meilya Siska, dkk *Penerapan Strategi Digital Marketing Pada UMKM Makanan dan Minuman Khas Gresik* Seminar Nasional Pariwisata dan Kewirausahaan (SNPK)
- Trio Mohamad, dkk (2018) *Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Menengah Pada Era Masyarakat Asean* JMD: Jurnal Manajemen Dewantara Vo.1, No.2