



Sosialisasi dan Pendampingan Digital Marketing Kepada UMKM Produk “Renggingang Sakti” Desa Badran dalam Rangka Memperluas Pangsa Pasar

Rifkiansyah Al Hafiz^{1✉}, Annisa Innayatul Lathiefah², Evi Nicola MP³, Jesicca Ananty
Nurul Setiadi⁴, Aninda Wilsza Marcella⁵

^{1,2,3}Manajemen, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Negeri Semarang

⁴Teknik Kimia, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Semarang

⁵Ilmu Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Negeri Semarang

Email: rifkiansyah017@students.unnes.ac.id

Abstrak. UMKM merupakan salah satu sektor perekonomian yang berdampak besar bagi pertumbuhan ekonomi nasional. Tujuan pengabdian ini yaitu UNNES GIAT 6 Desa Badran dapat memberikan alternatif solusi atas masalah pemasaran bisnis di Dusun Klekor yang masih belum dilakukan pemasaran secara online dan juga logo produk yang dipasarkan agar lebih menarik konsumen. Pengabdian ini menggunakan metode observasi langsung dengan dua cara yaitu: melakukan pendampingan digital marketing melalui marketplace dan sosialisasi mengenai branding UMKM melalui desain logo, media sosial marketplace. Hasil program kerja ini diterima dengan baik oleh warga Dusun Klekor serta kami berhasil dalam pembuatan akun instagram dan shopee agar mampu dikelola dengan baik secara mandiri. Implementasi kegiatan pendampingan ini berdampak langsung pada bisnis Renggingang Sakti Dusun Klekor agar lebih mudah dalam memasarkan produknya menggunakan sosial media.

Abstract. UMKM are one of the economic sectors that have a major impact on national economic growth. The aim of this service is that UNNES GIAT 6 Badran Village can provide alternative solutions to business marketing problems in Klekor Hamlet which have not yet carried out online marketing and product logos are also marketed to make them more attractive to consumers. This service uses the direct observation method in two ways, namely: providing digital marketing assistance through the marketplace and outreach regarding MSME branding through logo design, marketplace social media. The results of this work program were well received by the residents of Klekor Hamlet and we were successful in creating Instagram and Shopee accounts so that they could be managed well independently. The implementation of this mentoring activity has a direct impact on the business of Renggingang Sakti Dusun Klekor so that it is easier to market its products using social media.

Keywords: Branding SMEs; Digital Marketing; Renggingang

Pendahuluan

Era industri 4.0 atau biasa dikenal dengan era digital memberikan perkembangan yang maju terhadap kemajuan teknologi di seluruh sektor perekonomian. Dunia digital ini merupakan salah satu hal yang penting dalam kekuatan ekonomi negara. Salah satu kekuatan ekonomi yang menjadi penunjang di negara Indonesia yaitu hadirnya pelaku usaha, mikro, kecil dan menengah atau biasa disebut dengan UMKM (Aryansah et al., 2020).

UMKM merupakan salah satu sektor perekonomian yang berdampak besar bagi pertumbuhan ekonomi nasional. Sektor UMKM telah memberikan kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) meningkat selama lima tahun terakhir (Saat Ibnu Waqfin et al., 2021). Dalam periode lima terakhir tersebut, Kementrian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (UMKM) melihat bahwasanya kontribusi sektor UMKM telah mengalami peningkatan dari 57,84% menjadi 60,34%. Selain itu, kontribusi lain dari sektor UMKM yaitu penyerapan tenaga kerja di dalam negeri juga ikut meningkat dari 96,99% menjadi 97,22% (Ayu & Fadhila, 2018).

Pertumbuhan yang pesat saat ini dalam perkembangan teknologi, digital, dan internet tentunya akan mempengaruhi juga dalam dunia marketing atau pemasaran. Hal ini di-

karenakan pemasaran merupakan salah satu lini penting dalam dunia bisnis dimana sebuah produk akan diperkenalkan hingga didistribusikan hingga sampai oleh tangan konsumen. Dalam dunia pemasaran, digital marketing terdiri dari pemasaran secara interaktif dan terintegrasi. Kebutuhan dan keinginan calon konsumen dapat disampaikan dan dipantau untuk memudahkan bisnis dalam digital marketing (Firmansyah et al., 2022).

Digital marketing merupakan salah satu kegiatan promosi produk baik itu barang ataupun jasa dengan menggunakan perantara media sosial (Devita Putri et al., 2023). Menurut Smith (2017) sebanyak 69% konsumen telah menggunakan media sosial untuk berbagi informasi mengenai layanan dan produk yang dijual belikan sehingga menghadirkan peluang bagi para pelaku bisnis untuk melakukan pemasaran online dalam rangka untuk menjangkau dan terhubung dengan konsumen. Dengan berkembangnya digital marketing tersebut, pelaku UMKM dapat menjualkan produknya secara online (Devita Putri et al., 2023).

Desa Badran merupakan desa yang terletak di Kecamatan Susukan, Kabupaten Semarang. Lokasi desa ini cukup unik dikarenakan nama letaknya di pemerintahan yaitu Kabupaten Semarang, tetapi letak asli desa ini berbatasan langsung dan dekat dengan wilayah Boyolali. Desa Badran memiliki beberapa usaha mikro kecil menengah (UMKM) dan salah satunya yaitu produk rengginan dari Dusun Nglekor. Pemasaran rengginan tersebut sudah cukup baik dikarenakan produk penjualannya sudah berada di jangkauan luar Kabupaten Semarang, tetapi metode pemasarannya masih manual secara offline dan belum mencoba untuk berjualan secara online menggunakan bantuan marketplace. Selain itu, logo yang digunakan dalam penjualan produk perlu dilakukan rebranding agar lebih menarik perhatian calon konsumen.

Sebagai salah satu bentuk pengabdian kepada masyarakat melalui program UNNES GIAT 6 Desa Badran yang berlangsung selama 7 minggu ini merupakan implementasi Bentuk Kegiatan Pembelajaran (BKP) Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) UNNES di bawah pengelolaan Pusat KKN Universitas Negeri Semarang. Dari hasil observasi awal oleh kelompok UNNES GIAT 6 Desa Badran mengenai permasalahan yang telah dijabarkan diatas tersebut, kami menawarkan solusi yaitu memberikan bantuan berupa rebranding logo produk rengginang dan juga membantu memasarkan produk tersebut ke media sosial seperti instagram serta membuatkan marketplace seperti shopee agar UMKM Rengginan Sakti dapat memperluas pangsa pasarnya.

Metode

Lokasi Pelaksanaan Pengabdian

Lokasi pengabdian kepada masyarakat Kelompok UNNES GIAT 6 Desa Badran dengan judul “Implementasi Branding UMKM Melalui Desain Logo, Media Sosial, dan Marketplace Produk Rengginan Sakti Desa Badran Dalam Rangka Memperluas Pangsa Pasar” yang dilaksanakan dalam rangka peningkatan pangsa pasar dari potensi yang dimiliki Desa Benteng terletak di Dusun Nglekor RT 14 RW 04 Desa Badran, Kecamatan Susukan, Kabupaten Semarang. Produk “Rengginan Sakti” ini memiliki varian rasa manis, asin, dan original.

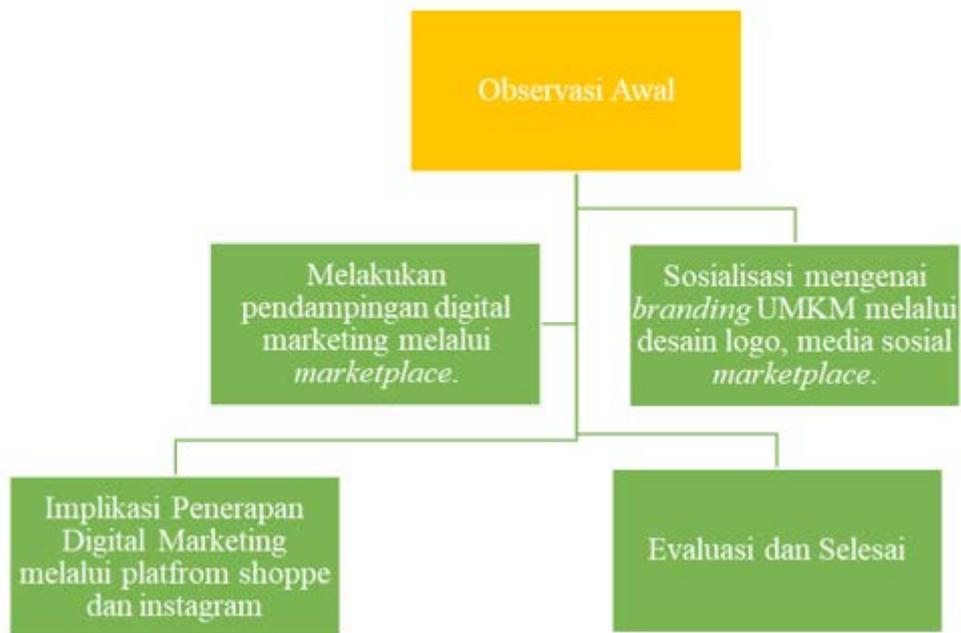
Metode Pelaksanaan

Metode pelaksanaan yang dilakukan antara lain; Langkah pertama dimulai dengan melakukan observasi awal untuk mengetahui kondisi awal dan mengumpulkan informasi yang berkaitan dengan branding dan marketing Rengginang itu sendiri. Setelah observasi langkah selanjutnya adalah melakukan pendampingan digital marketing melalui marketplace dan sosialisasi mengenai branding UMKM melalui desain logo, media sosial. Tahap tersebut merupakan inti dari pelaksanaan kegiatan program kerja ini agar setiap pelaku usaha

dapat memperluas pangsa pasar yang sesuai sehingga tercapainya implikasi penerapan digital marketing ini. Setelah itu dilakukan evaluasi meliputi kendala dan saran yang seharusnya dilakukan untuk memperbaiki penerapan digital marketing.



Gambar 1. Lokasi Desa Badran, Kecamatan Susukan, Kabupaten Semarang



Gambar 2. Diagram Metode Pelaksanaan

Metode pelaksanaan pendampingan digital marketing ke lokasi Dusun Klekor RT 14 RW 04 Desa Badran, Kecamatan Susukan, Kabupaten Semarang dengan cara sebagai berikut:

1. Melakukan pendampingan digital marketing melalui marketplace.
2. Sosialisasi mengenai branding UMKM melalui desain logo, media sosial marketplace.

Kegiatan pertama yaitu dilakukan dengan mendatangi lokasi UMKM Rengginang dan melakukan pendampingan digital marketing melalui marketplace yang tujuannya untuk mengumpulkan informasi yang berkaitan dengan branding dan marketing Rengginang itu sendiri.

Sosialisasi mengenai branding UMKM melalui desain logo, media sosial dan marketplace. Sedangkan Pendampingan digital marketing melalui pembuatan marketplace berupa pembuatan instagram, shopee, paid promote yang dilaksanakan pada bulan November 2023. Hal utama yang menjadi pokok dalam pendampingan digital marketing dan sosialisasi yaitu meliputi: pengenalan marketplace, manfaat marketplace, cara mendaftarkan marketplace Shopee, dan branding logo rengginang, pemanfaatan media sosial, pemanfaatan paid promote. Dengan adanya hal ini dapat meningkatkan pengetahuan dan menarik pelanggan lebih luas karena menyeluruh terunggah pada platform digital.

Selanjutnya pendampingan dalam hal branding produk, merupakan sebuah strategi yang dilakukan untuk membuat produk menjadi lebih terkenal. Branding produk ini bertujuan untuk mempromosikan dalam bentuk yang menarik. Sehingga dapat meningkatkan nilai jual produk. Pendampingan ini, Tim UNNES Giat 6 Desa Badran membantu dalam pembuatan ide branding produk melalui akun media sosial yaitu Shopee dan Instagram.

Hasil dan Pembahasan

Berikut merupakan hasil yang dicapai melalui kegiatan Program kerja pada masyarakat dengan judul “Sosialisasi dan Pendampingan Digital Marketing Melalui Marketplace Produk “Rengginang Sakti” Desa Badran Dalam Rangka Memperluas Pangsa Pasar”.

Laporan hasil Tim Giat 6 Desa Badran dapat dilihat dalam penjabaran sebagai berikut:
1. Pendampingan digital marketing melalui marketplace.

Hasil pelaksanaan pendampingan digital yang dilakukan dengan mendatangi lokasi UMKM Rengginang Desa Badran “Rengginang Sakti”.

Pendampingan Digital kepada kelompok Desa Badran yang menaungi tentang produksi Rengginang adalah sebagai berikut:

- Melakukan observasi awal pada tanggal 27 Oktober 2023.
- Pelaksanaan pendampingan pertama kali dilaksanakan pada tanggal 29 Oktober 2023. Koordinasi dilaksanakan dalam rangka pengenalan e-commerce, pengenalan kebutuhan konsumen. Pelaksanaan pendampingan berlokasi di Rumah Ibu Sulastri.
- Menindaklanjuti pendampingan digital marketing melalui marketplace melalui platform shopee. Pada laman digital yang sudah tersedia yaitu shopee dapat dilihat pada link <http://shopee.co.id/rengginangsakti>
- Pendampingan cara penggunaan shopee pada tanggal 20 November 2023.
- Harga produk penjualan Rengginang di platform Shopee dapat dilihat pada link <https://shp.ee/bw5zc9d>
- Pembuatan akun Instagram Rengginang Sakti dapat diakses pada link <https://instagram.com/rengginangsakti?igshid=OGQ5ZDc2ODk2ZA==>
- Pendampingan cara penggunaan instagram pada tanggal 20 November 2023.
- Promosi lewat platform paid promote melalui instagram pada tanggal 26 November 2023.

2. Sosialisasi mengenai branding UMKM melalui desain logo, media sosial dan marketplace.

Hasil pelaksanaan sosialisasi mengenai branding UMKM melalui desain logo, media sosial dan marketplace. Desa Badran yang menaungi tentang produk Rengginang adalah sebagai berikut:

- Melakukan persiapan sosialisasi pada tanggal 17 November 2023.
- Pelaksanaan sosialisasi mengenai branding UMKM melalui desain logo, media sosial dan marketplace pada tanggal 26 November 2023 di Dusun Ganggon, Desa Badran Kecamatan Susukan Kabupaten Semarang.

- Dalam pelaksanaan sosialisasi dilengkapi dengan pembuatan brosur mengenai Branding UMKM Rengginang Sakti.

Pemanfaatan Digital Marketing melalui E-commerce

UMKM juga dapat memulihkan dan membantu perkembangan perekonomian di Indonesia menjadi lebih baik dari sebelumnya. Indonesia mengalami kendala dari segi akses pasar yang kurang luas sehingga belum memanfaatkan teknologi digital untuk memperluas pasar dan meningkatkan pendapatan. UMKM masih banyak yang belum menggunakan teknologi digital dengan efisien dan efektif salah satunya di Desa Badran. Teknologi digital dapat diakses melalui smartphone pelaku UMKM untuk memanfaatkan platform Instragram dan e-commerce Shopee. Hal tersebut untuk mengembangkan dan memajukan perekonomian UMKM. (Efitasari et al. 2022).

Pendampingan digitalisasi marketing pada produk Rengginang Sakti berupaya untuk meningkatkan efisiensi penjualan UMKM yang berada di desa Badran. UMKM di Desa Badran masih banyak yang belum memanfaatkan digitalisasi marketing khususnya Instagram dan e-commerce Shopee. Dengan menggunakan Instagram dan e-commerce Shopee pelaku UMKM akan dimudahkan untuk bertransaksi dengan pembeli yang berada di luar kota sehingga pasar penjualannya akan lebih luas. Hal tersebut dilakukan agar UMKM di Desa Badran dapat maju dan berkembang sehingga dapat meningkatkan penjualan atau pendapatan para pelaku UMKM Desa Badran.

Hasil kegiatan pendampingan digitalisasi marketing e-commerce Shopee ini dilihat dari kebutuhan mitra yang hanya menjual di wilayah Badran saja sehingga dengan menggunakan e-commerce Shopee ini UMKM di Desa Badran dapat memanfaatkan teknologi digital dengan efektif dan efisien. Shopee ini dapat membantu para UMKM di Desa Badran untuk mendapat calon konsumen yang lebih luas. Dengan membangun toko online di platform e-commerce Shopee yang sesuai dengan bidang usaha yang sudah dilakukan adalah membuat akun marketplace untuk UMKM Rengginang Sakti.

Solusi dan Luaran

Berikut ini merupakan solusi dan luaran dari kegiatan Tim UNNES Giat 6 Desa Badran kepada masyarakat “Sosialisasi dan Pendampingan Digital Marketing Melalui Marketplace Produk “Rengginang Sakti” Desa Badran Dalam Rangka Memperluas Pangsa Pasar” adalah sebagai berikut.

1. Branding logo produk dengan memberikan bantuan pembuatan ulang logo produk “Rengginang Sakti” agar produk yang dipasarkan lebih menarik di kalangan masyarakat. Hasil foto logo produk yang sudah dibuat oleh kelompok kami dapat dilihat pada Gambar 3.
2. Pembuatan akun shopee untuk meningkatkan penjualan dan pengenalan produk secara luas di luar Desa Badran. Akun Shopee yang sudah dibuat dapat dilihat pada Gambar 4.
3. Pembuatan akun media sosial Instagram untuk memperluas jangkauan pasar dan pemasaran produk Rengginang Sakti. Akun Instagram yang sudah dibuat dapat dilihat pada Gambar 5.
4. Mempromosikan produk Rengginang Sakti melalui Paid Promote akun @pesanunes di media sosial Instagram untuk memperluas jangkauan pasar dan pemasaran produk Rengginang Sakti khususnya di kalangan warga Semarang dan UNNES. Hasil paid promote yang sudah dilakukan dapat dilihat pada Gambar 6.
5. Sosialisasi penggunaan Instagram dan cara penjualan akun shopee kepada ibu-ibu PKK di Dusun Ganggon. Dokumentasi sosialisasi dapat dilihat pada Gambar 7.



Gambar 3. Foto Logo Produk Rengginang Sakti



Gambar 4. Akun Shopee Rengginang Sakti



Gambar 5. Akun Instagram Rengginang Sakti



Gambar 6. Hasil Paid Promote Produk Rengginang Sakti



Gambar 7. Sosialisasi Digital Marketing di Dusun Ganggon

Simpulan

Berdasarkan permasalahan yang ada dan juga solusi serta luaran untuk memecahkan persoalan tersebut terkait penjualan produk pada salah satu UMKM di Desa Badran, Kecamatan Susukan, Kabupaten Semarang dapat disimpulkan bahwa branding logo produk Rengginang Sakti ini dapat terlihat menarik di mata masyarakat dan juga pembuatan digital marketing melalui marketplace seperti shopee dan instagram menjadikan produk Rengginang Sakti ini lebih menarik dan unggul untuk dikenal oleh masyarakat luas khususnya di luar masyarakat Desa Badran.

Hal tersebut diharapkan generasi muda lebih melek digital. Sehingga dalam menerapkan branding atau menaikkan brand atau paten dari produk lebih mudah dilaksanakan setiap hari. Kemudahan dalam menggunakan instagram business dan shopee juga bisa menarik pelanggan atau konsumen muda dan bahkan sampai public figure tanah air yang sering menggunakan akun media sosial Instagram dan shopee. Hal tersebut menunjukkan bahwa sosialisasi dan pendampingan yang dilakukan oleh tim UNNES Giat 6 Desa Badran dinyatakan sukses karena pemilik Produk Rengginang Sakti ikut terbantu dengan adanya branding logo produk yang telah kami buat dan juga ibu-ibu PKK Dusun Ganggon menambah ilmu pengetahuan baru terkait cara penjualan produk melalui branding logo produk dan marketplace berupa shopee dan instagram.

Referensi

- Aryansah, J. E., Mirani, D., & Martina, D. (n.d.). Strategi Bertahan Usaha Mikro Kecil dan Menengah Sektor Kuliner di Masa Pandemi Covid-19.
- Ayu, S., & Fadhila, N. (2018). Penggunaan Digital Guerilla Marketing Dalam Usaha Kecil Dan Menengah. In *JSMB* (Vol. 5, Issue 2). <http://journal.trunojoyo.ac.id/jsmb>
- Devita Putri, A., Kuswoyo, H., Gulo, I., Ngestirosa, E., Ghina Febrina, E., & Ekonomi dan Bisnis, F. (2023). Pengenalan Wawasan Digital Marketing Bagi Guru SMK N 1 Labuhan Maringgai, Lampung Timur. *Journal of Social Sciences and Technology for Community Service*, 4(1). <https://doi.org/10.33365/jsstcs.v4i1.2666>
- Firmansyah, H., Nurrachmi, I., Umiyati, H., Ariyanto, A., Putra, A. R., Rustandi, N., Trenggana, A. F. M., Syahputra, S., Rahayu, D. W. S., Suherman, A., & others. (2022). Teori Marketing Saat Ibnu Waqfin, M., Ramania Wulandari, S., Mamluatut Tifliya, F., Indrayani, S., Khoirur Roziqin, M., Agama Islam, P., & A Wahab Hasbullah, U. K. (n.d.). Penerapan Digital Marketing Sebagai Upaya Peningkatan Penjualan pada UMKM di Desa Kepuhdoko Jombang (Vol. 2, Issue 3).
- Smith, C., Smith, J. B., & Shaw, E. (2017). Embracing digital networks: Entrepreneurs' social capital online. *Journal of Business Venturing*, 32(1), 18–34.