

Pendampingan Pemasaran UMKM Unggulan Desa Wates Jaya Melalui Media Sosial Dan Marketplace

Marketing Assistance For The Flagship MSMEs In Wates Jaya Village Through Social Media And Marketplaces

Ari Nursalam¹, Anas Alhifni²

¹Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Agama Islam Dan Pendidikan Guru Universitas Djuanda, Jl. Tol. Ciawi No.1, Kotak Pos 35 Bogor 16720 , e-mail: arinursalam2000@gmail.com

²Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Agama Islam Dan Pendidikan Guru Universitas Djuanda, Jl. Tol. Ciawi No.1, Kotak Pos 35 Bogor 16720 , e-mail: anas.alhifni@unida.ac.id

(Diterima: 30-11-2022; Ditelaah: 10-05-2023; Disetujui: 15-08-2023)

Abstrak

Masalah yang terjadi pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di desa Wates Jaya adalah mengenai pemasaran dan kurangnya pemahaman masyarakat terhadap pemasaran dan pengembangan bisnis berbasis online seperti pada UMKM dery flowers dan keripik anur. Tujuan pengabdian ini adalah memberikan pendampingan pemasaran untuk pelaku UMKM dery flowers dan keripik An-Nur melalui pendampingan, pelatihan pemasaran, dan inovasi pada produk. Diharapkan program pendampingan pemasaran UMKM ini diharapkan bisa menjadi solusi ditengah situasi dan kondisi terkini bagi para pelaku UMKM setempat dimana penulis melakukan pengabdian. Metode pelaksanaan yang dilakukan yaitu wawancara dan diskusi terhadap pemilik UMKM tentang kondisi saat ini. Serta melakukan pelatihan dan pendampingan pemasaran berbasis online sehingga pendapatan pelaku UMKM dapat meningkat melalui peningkatan pemasaran dan juga meningkatkan dalam pengetahuan dan keterampilan. Hasil yang didapat oleh pelaku UMKM dery flowers dan keripik anur dari program ini yaitu sudah mempunyai akun media sosial, inovasi produk, pelatihan pembuatan editing pada pelaku UMKM, kemitraan pemasaran, dan pembuatan izin usaha melalui pembuatan NIB dan diharapkan mampu meningkatkan penjualan untuk meningkatkan pendapatan usaha.

Kata kunci: Kemitraan, Marketplace, Pendampingan, UMKM

Abstract

The problem that occurs in Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in Wates Jaya village is regarding marketing and the lack of public understanding of marketing and developing online-based businesses such as dery flowers and anur chips MSMEs. The aim of this service is to provide marketing assistance to MSMEs of dery flowers and An-Nur chips through mentoring, marketing training and product innovation. It is hoped that this MSME marketing assistance program can be a solution amidst the current situation and conditions for local MSME players where the author provides service. The implementation method used was interviews and discussions with MSME owners about current conditions. As well as providing online-based marketing training and assistance so that the income of MSME players can increase through improving marketing and also increasing knowledge and skills. The results obtained by the MSME players of dery flowers and anur chips from this program are that they already have social media accounts, product innovation, editing training for MSME players, marketing partnerships, and the creation of business permits through the creation of NIBs and it is hoped that this will be able to increase sales to increase business income. .

Keywords: Partnership, Marketplace, Accompaniment, MSMEs

PENDAHULUAN

Berdasarkan UU No 20 tahun 2018 Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) merupakan salah satu unit usaha yang memiliki peran penting dalam pertumbuhan ekonomi untuk

masyarakat. UMKM mempunyai peran strategis dalam perkembangan negara dan masyarakat serta berperan penting dalam pembangunan Nasional dan menjadikan laju pertumbuhan ekonomi suatu negara. Dengan adanya UMKM diharapkan mampu meningkatkan taraf hidup masyarakat dan negara disamping kebutuhan yang tinggi ada masyarakat yang kreatif dan berperan dalam perekonomian, sehingga pentingnya peningkatan yang harus dimiliki pengusaha UMKM khususnya dalam *skill* untuk memproduksi dan *skill* untuk memasarkan (Paramita, Munawar & Brawijaya, 2019).

Deni Apriadia (2017) berpendapat bahwa dalam pemasaran digital, saluran informasi dan persuasi yang digunakan untuk berjualan online adalah berbagai macam tools/media. Salah satu media yang dapat digunakan untuk berjualan online adalah marketplace. Marketplace merupakan wadah pemasaran produk secara elektronik yang mempertemukan banyak penjual dan pembeli untuk saling bertransaksi (Wahyuni et al., 2018). Penjual tidak perlu bersusah payah membuat aplikasi, cukup dengan pendaftaran untuk memulai berjualan, karena semua proses sudah ditanggung Tim marketplace. Marketplace juga menyediakan pengelolaan pembayaran, katalog penjualan, stok produk dan informasi mengenai pembeli dan penjual yang telah terverifikasi (Hidayati et al, 2022).

Di masa kini, kemitraan merupakan salah satu peluang yang harus dilakukan oleh sebuah usaha khususnya UMKM. Karena, banyaknya manfaat yang dapat diperoleh dari proses kemitraan tersebut. Hal tersebut mengindikasikan bahwa kemitraan selalu menghasilkan dampak positif bagi UMKM pengembangan pemasaran. UMKM dapat memperluas jaring-jaring pemasarannya dengan melakukan kemitraan. Disamping itu UMKM juga dapat melakukan promosi langsung melalui kemitraan dengan pihak tertentu yang tidak bisa dijangkau oleh kemampuan UMKM itu sendiri. Selain itu, kemitraan dapat memberi jalan masuk ke pasar bagi UMKM yang bermitra dengan luasnya jaring-jaring pemasaran perusahaan. Dengan demikian, semakin banyak mitra yang diperoleh UMKM, maka semakin luas jaringan pemasarannya yang menghasilkan semakin banyak pelanggannya. Hal ini berpengaruh juga terdapat peningkatan pendapatan. Untuk mewujudkan hal itu tentunya harus ada upaya kolaborasi yang baik antar pihak satu dan pihak lainnya yang saling melindungi saling membantu saling memberdayakan UMKM agar mampu bangkit kembali menggerakkan roda ekonomi Indonesia yang sedang dalam masa sulit (Hardhiyanti, 2022).

Program pengabdian ini dilaksanakan agar dapat membantu permasalahan yang ada di masyarakat. Tujuan dari kegiatan ini adalah memperbaiki keadaan masyarakat kearah yang lebih baik. Adapun permasalahan yang ada yaitu masih kurangnya perkembangan dan kurangnya pendampingan Unit Usaha Menengah Kecil Masyarakat (UMKM) di Desa Wates Jaya Kecamatan Cigombong Kabupaten Bogor, sehingga masih banyak UMKM yang belum berkembang, bahkan tidak memproduksi lagi. Maka dari itu, dengan adanya program pendampingan kemitraan pemasaran UMKM yang dilakukan bersama masyarakat kampung Ciletuh Hilir Desa Wates Jaya diharapkan dapat menjadi solusi dalam meningkatkan perekonomian masyarakat sekitar terutama bagi pelaku

UMKM unggulan Desa Wates Jaya yaitu kerajinan bunga limbah plastik Dery Flowers dan keripik An-Nur.

METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan yang dilakukan penulis yaitu dengan melakukan observasi, wawancara, tahapan pemahaman masalah, pemberian soulsi dan pendampingan bersama pemilik UMKM, keripik Kriya dan Kopi BUMDES Jaya Laksana tentang kondisi saat ini. Lalu diskusi mengenai program pendampingan kemitraan pemasaran UMKM keripik Kriya dan kopi untuk mengembangkan mitra pemasaran produk tersebut dengan melakukan pendampingan pemasaran dengan Pelaku UMKM yang lebih besar yang ada di wilayah Cigombong serta melakukan pelatihan dan pendampingan pemasaran berbasis *online* untuk memperluas wilayah pemasaran sehingga dapat meningkatkan pula pendapatan pelaku UMKM tersebut.

Berdasarkan masalah-masalah yang ditemukan, maka dengan ini kegiatan pengabdian kepada masyarakat di kampung Ciletuh Hilir dan kampung Ciletuh Girang Desa Watesjaya, Kecamatan Cigombong, Kabupaten Bogor, Provinsi Jawa Barat. Penulis telah merencanakan program individu yang akan dilaksanakan melalui beberapa tahap, diantaranya adalah:

1. Observasi

Tahap pengumpulan data dilakukan dengan Survey lokasi di Kampung CiletuhHilir Desa Wates Jaya Kecamatan Cigombong Kabupaten Bogor pada tanggal 14 Juli 2022. Hasil yang didapat dari survey tersebut bahwa UMKM Kriya dan Kopi yang ada di Desa Wates Jaya memang memerlukan adanya pendampingan pemasaran untuk UMKM tersebut. Banyak UMKM yang ada di kampung Ciletuh Hilir, namun pemasarannya masih belum banyak dan masyarakat hanya memasarkan disekitaran wilayah kampung Ciletuh Hilir. Selain itu, masih kurangnya pemahaman dan pengetahuan pelaku UMKM mengenai pemasaran secara online, dan tidak mempunyai mitra tetap untuk pemasarannya yang lebih luas sehingga perekonomiannya tidak terlalu tinggi. Sedangkan ditemukan beberapa UMKM yang sempat tidak memproduksi lagi, dikarenakan kurangnya waktu luang untuk mengerjakan pruduknya dan tidak mempunyai mitra untuk pemasarannya. Sehingga diperlukannya pendampingan dan pengarahan untuk UMKM tersebut terutama pendampingan untuk kemitraan pemasarannya.

2. Diskusi Kegiatan

Dalam tahap ini penulis memahami permasalahan dengan melakukan diskusi kepada pelaku UMKM Dery Flowers dan keripik An-Nur di Kampung Ciletuh Hilir Desa Wates Jaya dalam rangka melakukan identifikasi masalah yang ada. Sehingga penulis dapat merencanakan solusi untuk mengatasi masalah tersebut. Setelah melakukan identifikasi ditemukan bahwa permasalahan yang ada di Desa

Wates Jaya adalah pemasaran produk yang belum luas dan tidak memiliki mitra tetap untuk pemasarannya sehingga diperlukan pendampingan dan pelatihan untuk meningkatkan perekonomian tersebut.

3. Solusi

Pada tahap membuat solusi yang dilakukan merupakan survey lokasi yaitu mengunjungi UMKM Dery Flowers dan Keripik An-Nur Dengan melihat potensi UMKM tersebut. Kemudian untuk mencari tahu segala yang berkaitan dengan produk UMKM tersebut. Dengan tujuan untuk mengetahui pemasaran produk dan diminta sharing mengenai pengalaman selama ini dalam pemasaran produk UMKM yang telah dilakukan oleh pelaku UMKM. Tahapan selanjutnya adalah dengan membuat kegiatan sharing diskusi untuk para pelaku UMKM dan memberikan pengetahuan tentang digital marketing. Penulis menyampaikan terlebih dahulu kepada pelaku UMKM tentang konsep market place. Adanya pengarahan untuk memberikan pengetahuan tentang market place agar keterampilan pemasaran pada pelaku UMKM di Desa Wates Jaya agar memiliki nilai ekonomi tinggi. Pengarahan ini bertujuan untuk mengarahkan dan sekaligus mempraktekan penjualan produk melalui media sosial yang sudah populer seperti Facebook, Instagram, Shopee dll. Selanjutnya mengajarkan menggunakan media sosial seperti membuat account Instagram, account Shopee, dan membuat produk UMKM lebih mudah dilihat banyak orang.

HASIL & PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat dilaksanakan di Kampung Ciletuh Hilir dan Ciletuh Girang Desa Wates Jaya Kecamatan Cigombong Kabupaten Bogor selama 3 bulan yang dimulai tanggal 14 Juli sampai dengan 14 Oktober 2022 selama 90 hari, dengan melakukan pendampingan UMKM melalui *digitalisasi marketing*. Penulis dalam pelaksanaan program melakukan pendalaman masalah dengan analisis lapangan yang dilakukan melalui interview kepada masyarakat juga para tokoh yang dimana dari hasil analisis lapangan diperlukannya peningkatan kegiatan promosi melalui *media sosial* dan *digital marketing* yang dapat membantu peningkatan penjualan UMKM masyarakat.

Pendampingan pemasaran UMKM unggulan Desa wates jaya selama satu bulan telah memberikan dampak yang telah dirasakan oleh pelaku UMKM yaitu dampak yang dirasakan adalah sebagai berikut:

- 1) Dengan adanya pendampingan pengolahan UMKM unggulan dapat memberikan pengetahuan baru tentang pengelolaan makanan dan inovasi baru pada kerajinan limbah plastik, rasa baru pada olahan keripik tempe, inovasi desain baru pada olahan limbah plastik.
- 2) Kegiatan yang telah dicapai selanjutnya adalah adanya kemasan baru terhadap pengolahan keripik tempe dengan desain logo baru yang diberikan penulis kepada UMKM dan peran penting yang dilakukan penulis adalah membuat desain

baru terhadap logo kemasan keripik serta logo pada olahan kerajinan bunga plastik.

- 3) Kegiatan yang dilakukan penulis yang telah dicapai selama melakukan pendampingan adalah pendampingan pembuatan akun media sosial untuk produk UMKM dan pembuatan akun *marketplace* yang dimana pada kegiatan ini penulis melakukan sosialisasi terhadap UMKM Desa Wates Jaya dan memberikan pelatihan kepada UMKM binaan yaitu olahan keripik, olahan sayuran, dan kerajinan limbah plastik berupa pendampingan pembuatan akun media sosial dan pelatihan editing pada kemasan.
- 4) Melalui pendampingan pembuatan NIB secara online diharapkan pelaku usaha UMKM dapat dikembangkan menjadi produk yang unggul dari desa wates jaya serta bisa mendapatkan ijin usaha yang legal dan di akui oleh pemerintahan serta pendampingan kemitraan usaha dari UMKM Desa Wates Jaya kepada IWAPI kecamatan Cigombong untuk meningkatkan kegiatan kemitraan pemasaran serta bahan baku pada UMKM.
- 5) Penjualan yang dilakukan secara *online* atau menggunakan *media social* sehingga target pasar bukan hanya pada masyarakat sekitaran Desa tetapi dari luar kabupaten bisa menembus olahan produk UMKM, selain itu kemasana yang terbaru menambah daya tarik untuk pelanggan membeli produk olahan UMKM, serta kegiatan kemitraan usaha untuk meningkatkan penjualan melalui kegiatan kegiatan masyarakat tingkat kecamatan dan tingkat kabupaten. Adapun pencapaian yang dihasilkan dalam penjualan produk pada UMKM unggulan dikategorikan kedalam dua waktu yang berbeda sebelum program dan setelah adanya program, yang dimana sebelum program proyek pengabdian pada program kerja pendampingan UMKM unggulan dilaksanakan pendapatan tidak menentu dan hanya mendapatkan penghasilan pada saat even tertentu yang ada di masyarakat, dan setelah adanya program yang diuji cobakan beberapa minggu maka dihasilkan sebagai berikut:

Tabel 1. Pendapatan Sebelum Pendampingan

No.	Produk	Media Penjualan	Tanggal	Hasil Penjualan
1.	Bunga Plastik	Masyarakat	Minggu 1	Rp 50.000
2.	Bunga Plastik	Masyarakat	Minggu 2	Rp 100.000
3.	Bunga Plastik	Masyarakat	Minggu 3	Rp 30.000
4.	Bunga Plastik	Masyarakat	Minggu 4	Rp 70.000
Jumlah				Rp 250.000

Tabel di atas dapat dinyatakan bahwasanya pendapatan pada bulan Juni sebelum adanya pendampingan kegiatan penjualan tidak menentu yang dimana target pencapaian

pasar hanya kepada masyarakat, setelah adanya pendampingan yang dilakukan oleh penulis kepada pelaku UMKM maka data dapat di lihat sebagai di bawah ini:

Tabel 2. Pendapatan Setelah Pendampingan

No.	Produk	Media Penjualan	Tanggal	Hasil Penjualan
1.	Bunga Plastik	WA Business	Minggu 1	Rp 120.000
2.	Bunga Plastik	WA Business	Minggu 2	Rp 200.000
3.	Bunga Plastik	Masyarakat (WA)	Minggu 3	Rp 300.000
4.	Bunga Plastik	Facebook	Minggu 4	Rp 300.000
5.	Bunga Plastik	Instagram	Minggu 5	Rp 100.000
6.	Bunga Plastik	Masyarakat (WA)	Minggu 6	Rp 200.000
	Jumlah			Rp 1.220.000

Adanya pendampingan pemasaran melalui media sosial mendorong masyarakat untuk membeli produk *dery flowers* yang dimana hanya dijual ketika ada pembeli yang datang ke tempat produksinya dan selanjutnya bisa menjual dengan melalui media sosial, dan dari data tabel diatas dapat dilihat peningkatan penjualan dalam waktu satu bulan bisa menghasilkan pendapatan yang dikatakan cukup akan tetapi peningkatan mutu kualitas penjualan harus lebih ditingkatkan melalui kegiatan pengabdian.

Adanya peningkatan inovasi rasa pada produk keripik Anur merupakan inovasi yang diberikan untuk meningkatkan penjualan dan memberi hal baru pada pengelolaan keripik, selain itu citra merek yang diberikan kepada keripik Anur akan menambah daya jual di masyarakat dan ini merupakan bagian dari inovasi pada pengelolaan UMKM unggulan Desa Wates Jaya. Dengan adanya pelatihan dan pendampingan melalui sosialisasi kepada pengelola UMKM yang berada di aula kantor Desa Wates Jaya bagaimana pengelola UMKM mampu mengaplikasikan pembuatan editing pada tampilan pemasaran untuk produknya, sehingga akan menambah daya tarik masyarakat untuk membeli barang tersebut, inovasi pada pengolahan keripik mampu memberikan rasa baru terhadap olahan keripik tempe dimana pada saat pertama olahan keripik tempe hanya menggunakan rasa original dan setelah diberi inovasi rasa ada rasa balado dengan bahan asli yang dibuat sendiri. Adanya penjualan melalui media social dalam waktu satu bulan pelaksanaan kegiatan pengolahan limbah plastik yang dijadikan bunga bisa menembus pasar di luar kabupaten Bogor melalui inovasi yang dibuat.

KESIMPULAN

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat dilaksanakan di Kampung Ciletuh Hilir dan Ciletuh Girang Desa Wates Jaya Kecamatan Cigombong Kabupaten Bogor selama 3 bulan yang dimulai tanggal 14 Juli sampai dengan 14 Oktober 2022 selama 90 hari, dengan melakukan pendampingan UMKM melalui *digitalisasi marketing*. Kegiatan pemasaran produk *dery folwer* dilakukan dengan menggunakan media sosial Facebook,

Whatsapp Businnes, Instagram dan pembuatan akun NIB untuk usaha dery *flowers* mengalami peningkatan pemesanan bunga plastik selama satu bulan pendampingan, selain itu inovasi baru pada rasa olahan keripik tempe Anur yang dibuat dengan rasa balado dari bahan asli sehingga menghasilkan varian rasa baru, dan kemitraan yang didampingi dan dikembangkan adalah dengan meningkatkan kemitraan antara pelaku UMKM Desa Wates Jaya dengan IWAPI Kecamatan Cigombong menambah peluang uasaha pada kedua UMKM tersebut. Dengan adanya pendampingan ini bisa meningkatkan kegiatan ekonomi UMKM dan peningkatan kegiatan produk UMKM selain itu kemitraan yang dihasilkan bisa memperkenalkan UMKM Wates Jaya ke luar daerah Bogor.

DAFTAR PUSTAKA

- Deni Apriadia, A. Y. S, 2017, E-Commerce Berbasis Marketplace Dalam Upaya Mempersingkat Distribusi Penjualan Hasil Pertanian, *JURNAL RESTI (Rekayasa Sistem Dan Teknologi Informasi)*, 1(2), 131-136, <https://doi.org/10.3969/j.issn.2095-4344.2016.12.002>.
- Hardhiyanti, R. (2022). Pendampingan Kemitraan Pada UMK Kelompok Tani Hutan (KTH) Sadar Tani Muda Produk Madu. *ALMUJTAMAE: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 139-142. <https://doi.org/10.30997/almujtamae.v2i2.5420>
- Hidayati, U., Aw, S., Wisataone, V., Fathinah, N. S., & Fathinah, P. D. (2022). Pelatihan pemasaran digital melalui marketplace bagi ibu rumah tangga. *SEMAR (Jurnal Ilmu Pengetahuan, Teknologi, dan Seni bagi Masyarakat)*, 11(1), 38-44.
- Paramita, M., Munawar, W., & Brawijaya, A. (2019). MODEL KEBUTUHAN USAHA MIKRO DAN KECIL TERHADAP PEMBIAYAAN SYARIAH (STUDI PADA USAHA MIKRO DAN KECIL DI BOGOR). *Jurnal Syarikah: Jurnal Ekonomi Islam*, 5(2), 182-195.
- Wahyuni, N., Irman, A. S. M., & Gunawan, A., 2018, Pengenalan Dan Pemanfaatan Marketplace E-Commerce, *Jurnal Pengabdian Dinamika*, 5(1).