

Kolaborasi Pendampingan dan Pelatihan *Digital Marketing* Produk Usaha Mikro dan Kecil Masyarakat di Kecamatan Pelayangan

Fitri Chairunnisa ^{*1}, Dian Mala fithriani Aira ², Sry Rosita ³, Husni Hasbullah ⁴, Ade Perdana Siregar ⁵

^{1,2,3,4,5} Universitas Jambi; Kampus Pinang Masak Mendalo Darat, 583317

^{1,2,3,4,5} Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jambi

email: ^{*1} fitri_chairunnisa@unja.ac.id

Abstrak

Usaha Mikro dan Kecil (UMK) di bidang kuliner yang tersebar saat ini di kecamatan Palayangan. Kolaborasi Pendampingan dan Pelatihan menggunakan platform digital Marketing yang ditujukan untuk kelompok masyarakat didalam meningkatkan volume penjualan, memperluas jaringan usaha para pelaku UMK kecamatan palayangan. Target yang ingin dicapai yaitu implementasi pendampingan para pelaku UMK dengan meningkatkan kemampuan pelaku UMK dalam memasarkan produk mereka secara efektif melalui platform digital berbasis online. Dengan meningkatkan pemahaman peserta mengenai pengaplikasian platform digital, diharapkan dapat meningkatkan jumlah pesanan produk UMK masyarakat di Kecamatan Palayangan. Metode pelaksanaan pengabdian pada masyarakat yang digunakan yaitu ceramah dengan porsi sebesar 20 %, pelatihan pembuatan digital marketing dengan porsi sebesar 40 %, pendampingan kepada pelaku UMK dengan porsi sebesar 40 %. Melalui langkah-langkah yang meliputi: persiapan, pelaksanaan dan evaluasi untuk melihat peningkatan dan perkembangan para pelaku UMK sebelum dan sesudah dilakukannya pendampingan.

Kata kunci: Digital Marketing, Platform, Usaha Kuliner

Abstract

Micro and Small Enterprises in the culinary sector are currently spread across Palayangan sub-district. Mentoring and Training Collaboration using a digital marketing platform aimed at community groups to increase sales volume, expand the business network of Palayangan sub-district MSEs. The target to be achieved is the implementation of assistance to MSE actors by increasing the ability of MSE actors to market their products effectively through online-based digital platforms. By increasing participants' understanding of the application of digital platforms, it is hoped that they can increase the number of orders for MSE products from the community in Palayangan District. The methods for implementing community service used are lectures with a portion of 20%, digital marketing creation training with a portion of 40%, mentoring to MSEs with a portion of 40%. Through steps that include: preparation, implementation and evaluation to see the improvement and development of MSE actors before and after the assistance is carried out

Keywords: Digital Marketing, Platform, Culinary Business

1. PENDAHULUAN

Gentala Arasy berada di daerah seberang atau jambi kota seberang tepatnya di kelurahan arab melayu kecamatan palayangan kota jambi. Kawasan gentala arasy cukup luas dan menjadi destinasi wisata dan sangat strategis. Pusat UMKM di kecamatan palayangan yaitu kuliner khas seberang kota jambi. Diantaranya yang terkenal adalah Ikan Tepek, Cerulu, Gangan Palapa, Tempoyak, Malbi dan lainnya. Makanan tersebut biasanya tampil pada saat kenduri ataupun pesta pernikahan. Sementara untuk kue yang menjadi jajanan pasar sehari-hari juga tidak kalah banyaknya. Diantaranya adalah kue Putu, Gandus, Lumpang, Padamaran, Ketan Punar, Jando Beraes, Gomak, dan lainnya. Kue-kue tersebut dibuat secara tradisional berdasarkan resep turun temurun dengan memanfaatkan bahan baku lokal yang tersedia

Terdapat dua Kecamatan di Jambi Kota Seberang, yaitu Danau Teluk dan Pelayangan. Kecamatan Pelayangan merupakan Kecamatan yang terluas dengan luas wilayah 15,29 km dan memiliki enam Kelurahan, yaitu Kelurahan Tengah, Jelmu, Mudung Laut, Arab Melayu, Tahtul Yaman, dan Tanjung Johor. Kecamatan Pelayangan terkenal sebagai sentra produk makanan tradisional khas Jambi Kota Seberang. Melalui makanan tradisional inilah suatu daerah akan dikenang dengan ciri khasnya dan menjadi daya tarik wisata kuliner.

Pesatnya perkembangan teknologi, dunia digital dan internet tentu juga berimbas pada dunia pemasaran. Tren pemasaran di dunia beralih dari yang semula konvensional (*offline*) menjadi digital (*online*). Pemasaran Digital adalah salah satu faktor yang menentukan perkembangan usaha, pemasaran digital dapat membawa banyak peluang dan pertembuhan bagi bisnis. Pemasaran Digital dapat menjangkau seluruh masyarakat di manapun mereka berada tanpa ada lagi batasan waktu. Sekarang juga sudah banyak pengguna yang melakukan transaksi jual beli melalui media elektronik atau disebut e-commerce. Potensi pemanfaatan Pemasaran Digital ini mengharuskan masyarakat untuk melek teknologi, oleh karena itu diperlukan sosialisasi dan pelatihan pengguna teknologi informasi dan komunikasi ini. Kegiatan pengabdian masyarakat mengenai pemanfaatan pemasaran digital ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan pemahaman serta dapat menginspirasi Usaha Mikro dan Kecil (UMK) dalam memanfaatkan teknologi internet dan jejaringan sosial sebagai alat untuk menjalankan bisnisnya

Pengolahan sektor kuliner memiliki potensi yang besar, akan tetapi skala pemanfaatan hasil olahan masih relative kecil, masalah yang dihadapi adalah masih sulit dan belum optimalnya melakukan pemasaran produk makanan yang bersumber dari hasil olahan para pengusaha kuliner yang masih tradisional menjadi modern. Identitas merek dan desain brosur merupakan bagian yang sangat penting dalam pemasaran produk kuliner makanan tradisional khas seberang Kota Jambi. Identitas merek setidaknya haruslah unik, terkendali dan memiliki sifat yang menarik, sedangkan desain kemasan adalah bagian yang menggambarkan produk kuliner makanan tradisional khas seberang kota jambi yang di jual sehingga sebelum produk di jual ke pasar, di peroleh kualitas produk kuliner makanan tradisional khas seberang kota jambi sehingga kualitas produk kue tradisional bisa meningkatkan nilai tambah produk. Kualitas produk dapat di ukur melalui kualitas bahan baku, proses pengolahan dan hasil akhir. Kualitas produk yang baik akan membuat konsumen lebih senang untuk membeli produk kuliner makanan tradisional khas seberang kota jambi.

Saat ini, kondisi produk kuliner makanan tradisional khas seberang kota jambi yang di kelola beberapa usaha mikro dan kecil di kecamatan palayangan, seberang kota jambi belum, memaksimalkan potensi kemasan dan merek dalam upaya untuk meningkatkan daya tarik produk permasalahannya terletak pada kurangnya pemahaman dan pengetahuan pelaku UMK pada pemilihan dan pemanfaatan kemasan dan merek produk. Produk masih dikemas dan di label dengan cara sederhana sehingga terlihat kurang menarik.



Gambar 1. Produk Kuliner Khas Seberang Kota Jambi

Berdasarkan pengamatan, meskipun wilayah kecamatan palayangan, seberang Kota Jambi sebagai sentra penghasil produk kuliner makanan tradisional khas seberang kota jambi, proses produksi dilakukan di rumah dan dikelola sendiri-sendiri. Meskipun telah terbentuk beberapa kelompok usaha, namun hanya beberapa kelompok yang konsisten dan berkelanjutan untuk memproduksi produk makanan tradisional khas seberang Kota Jambi, meskipun dalam hal pengemasan dan merek produk belum dilakukan secara optimal.

Kurangnya pemahaman terhadap aspek pengemasan diyakini menjadi salah satu faktor penyebab rendahnya daya saing produk modern bagi pemilik usaha, dan sulit untuk menembus pasar modern. Kendala klasik dari UMK lainnya seperti keterbatasan modal, teknologi yang masih sederhana, jangkauan pemasaran terbatas dan sumber

daya manusia kurang memadai menyebabkan sulitnya melakukan ekspansi pasar. Upaya yang urgen dilakukan adalah memberikan pembinaan kepada UMK di seberang Kota Jambi sehingga mereka memahami peran dan fungsi merek dan desain kemasan produk, terutama bagi produk yang akan di jual ke pasar modern.

Selain inovasi dari segi pengolahan produk, strategi pemasaran juga sangat diperlukan dalam menjalankan suatu usaha. Strategi pemasaran merupakan suatu aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan untuk memperkenalkan barang atau jasa termasuk merencanakan, menentukan harga jual berdasarkan harga produksi, mempromosikan, dan mendistribusikan barang atau jasa tersebut dengan tujuan untuk meningkatkan layanan kepuasan konsumen.

Berdasarkan analisis situasi, terdapat kebutuhan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan mitra untuk mengelola manajemen produk usaha mikro dan kecil (UMK) di seberang Kota Jambi. Penting untuk mengadakan pendampingan, pelatihan keterampilan bagi para pelaku UMK di Kecamatan Palayangan, seberang Kota Jambi agar mereka dapat mengelola usahanya sedemikian rupa sehingga pesaingnya dapat meningkatkan sumber daya manusia dan usahanya. Tujuan tersebut harus menghasilkan pelaku usaha mikro dan kecil yang mampu mengelola usaha, dan mengembangkan sumber daya yang ada. Untuk mengembangkan model pemberdayaan masyarakat berdasarkan penelitian akademis, meningkatkan kapasitas dalam melayani masyarakat, memberikan solusi baik langsung maupun tidak langsung terhadap kebutuhan, tantangan atau permasalahan masyarakat.

Mengacu kepada Analisis situasi sebelumnya, maka dapat diuraikan secara spesifik permasalahan dari sisi kelompok usaha kuliner di kecamatan palayanagan, seberang kota jambi yang akan menjadi mitra kegiatan PPM dan disepakati untuk dibantu agar dapat diatasi adalah:

Strategi pemasaran sangat penting dalam dunia bisnis, hal ini mengacu pada penerapan strategi dan rencana untuk mempromosikan suatu produk atau jasa guna meningkatkan penjualan. Strategi ini dilakukan atas dasar pemikiran bahwa ketertarikan seseorang terhadap produk atau jasa tertentu didasarkan pada seberapa banyak informasi yang diterimanya. Selain itu, strategi pemasaran juga dapat diartikan sebagai suatu sistem yang mempunyai kemajuan yang jelas dalam perencanaan, pendefinisian, promosi dan pendistribusian barang atau jasa dengan tujuan untuk meningkatkan kepuasan konsumen jasa.

Variabel dalam pemasaran cukup banyak, namun empat komponen utama tersebut dikenal dengan istilah 4P (Produk, Harga, Tempat, Promosi). Produk adalah sesuatu yang ditawarkan kepada pasar sedemikian rupa sehingga produk tersebut dapat memenuhi kebutuhan, keinginan dan kepuasan konsumen. Produk yang ditawarkan dapat dirancang sesuai target pasar dengan mempertimbangkan berbagai elemen. Elemen-elemen ini mencakup kualitas, strategi merek, kemasan dan label, siklus hidup produk, dan garansi.

Para pelaku usaha mikro dan kecil sebagai pemilik usaha seharusnya bekerja keras dalam menjalankan peran penting mengelola usahanya, mulai dari menentukan jenis usaha, identitas merek, pengembangan desain merek, pengujian produk, pengemasan, pengawasan mutu hingga melakukan pemasaran. Jika dilihat dari tingkatan manajemen perusahaan, pelaku UMK termasuk pada tingkat top manager, dimana tingkat ini para pelaku UMK harus memiliki konseptual yang tinggi didalam mengelola usaha dan sumber daya yang ada pada UMK dan bertanggung jawab dalam kegiatan produksi.

Berdasarkan bukti empiris yang di tampilkan di atas menunjukkan bahwa untuk mengembangkan usaha dari pasar tradisional sampai ke pasar modern, para pelaku usaha mikro dan kecil membutuhkan pengetahuan dan keterampilan agar dapat mengelola usaha dengan baik dan dapat mengembangkan sumber daya yang ada melalui platform digital. Berdasarkan uraian di atas maka prioritas permasalahan pada kegiatan pengabdian kepada Masyarakat Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi untuk mampu mengimplementasikan dan optimalisasi kolaborasi pemasaran menggunakan teknologi berbasis Digital para pengusaha di bidang kuliner melalui identitas merek dan desain brosur untuk meningkatkan nilai tambah produk usaha mikro dan kecil di sekitar Gentala Arasy, Kecamatan Palayangan, Seberang Kota Jambi.

Mitra usaha mikro dan kecil (UMK) di sekitar Gentala Arasy, Kecamatan Palayangan, Seberang Kota Jambi membutuhkan solusi yang dapat meningkatkan pemasaran produk kuliner, dan menjadi daerah sebagai sentra makanan tradisional sebagai suatu usaha terpadu antar UMK produk kuliner bersama pemerintah dan pengusaha.

2. METODE

Metode yang akan digunakan pada kegiatan pengabdian pada masyarakat 2024 yaitu sebagai berikut: (1) Ceramah yaitu sebanyak 20 %; (2) Demonstrasi yaitu sebanyak 20 %; (3) Praktek dengan porsi 30%, dan 4). Bimbingan dengan porsi 30 %. Kegiatan Program pengabdian pada masyarakat (PPM) ini akan dilakukan dengan

melalui langkah-langkah yang meliputi: persiapan dengan mengadakan observasi pada pelaku UMK yang diwakili oleh kelompok UMK dengan melakukan pendekatan individual, koordinasi dengan mitra, penentuan waktu pelaksana, dan persiapan pendampingan dan pelatihan. Selanjutnya tahap pelaksanaan yang akan dilakukan dengan melibatkan seluruh pelaku UMK dan pelatihan yang akan diberikan adalah keterampilan mengembangkan desain merek dan kemasan produk, pengawasan mutu dan e-marketing produk. Terakhir evaluasi dan tindak lanjut, yang akan dilakukan untuk melihat peningkatan dan perkembangan sebelum dan sesudah dilakukannya kolaborasi pendampingan dan pelatihan.

Partisipasi Mitra dalam hal ini Pelaku UMK di Kecamatan Palayangan, Seberang Kota Jambi akan berpartisipasi dalam kegiatan ini dengan mengikuti: pendampingan masyarakat dan mengikuti program pelatihan desain merek dan brosur produk guna meningkatkan nilai tambah produk kuliner khas seberang kota jambi, sehingga mampu mengimplementasikan oleh para pelaku UMK di Seberang Kota Jambi.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan pelaksanaan terhadap rangkaian kegiatan pengabdian kepada masyarakat sebagaimana yang telah direncanakan, maka dapat dilaporkan hasil kegiatan dan luaran yang telah dicapai. Kegiatan pengabdian yang telah dilakukan yang diawali dengan koordinasi dengan ketua RT, kelompok atau mitra ibu-ibu pelaku usaha makanan tradisional di lingkungan Kecamatan Palayangan, Seberang Kota Jambi. Ketua Kordinator yaitu Ibu Marwiyah dan 8 orang pelaku UMK makanan tradisional, dimana usaha kuliner mitra berada, terkait jadwal pelaksanaan program dan hal-hal lain yang relevan untuk melancarkan pelaksanaan kegiatan. Hasil Kordinasi ini adalah ditetapkannya jadwal pelaksanaan untuk masing-masing kegiatan sesuai rencana kegiatan, yaitu Pelatihan Mindset Wirausaha dan Pelatihan pemasaran Digital Marketing dilaksanakan pada bulan September dan Fasilitasi Pembentukan Kelompok Usaha Makanan Tradisional dilakukan setelah pelatihan selesai dilakukan.

Pelatihan dilaksanakan dalam dua sesi, yaitu sesi 1 pelatihan mindset kewirausahaan bagi usaha kuliner yang bertujuan memberikan pengetahuan paradigma kewirausahaan dan dari materi ini mitra dapat memahami konsep membangun usaha kuliner yang bersistem. Materi ini dihantarkan dengan metode ceramah, curah gagasan (brainstorming), ice breaking, serta diskusi. Hasil pemberian materi ini adalah peserta bisa memahami dan membedakan mana usaha kuliner yang bersistem dan mana usaha kuliner yang tidak bersistem. Melalui usaha kuliner yang bersistem ini, pengusaha mikro kuliner dapat membangun asset bagi usaha kulinernya. Konsep membangun asset ini pada awalnya banyak tidak dipahami oleh mitra. Menurut mereka semua jenis usaha itu sudah dikatakan membangun asset. Melalui materi ini, pemahaman mitra tentang asset yang bersistem dapat diluruskan.

Pada sesi 2 yaitu pelatihan digital marketing, dengan tujuan memberikan pengetahuan kepada mitra mengenai manajemen pemasaran berbasis digital sehingga dapat memperluas pangsa pasar dalam memasarkan produknya. Dalam hal ini, mitra bisa dibantu dengan tim dosen dan mahasiswa dalam pembuatan merek dan brosur untuk memperkuat pemasaran produknya. Materi disesi ini mengenalkan dan menguatkan konsep produk, kemasan, iklan, dan konsep digital marketing seperti konten yang menarik, iklan yang menarik, jam utama posting, tehnik mendata serta melayani konsumen dan pelanggan berikut aplikasi yang digunakan.

Metode yang digunakan adalah ceramah dan juga praktek langsung atau Simulasi. Hasil pelatihan ini, peserta mendapat pengetahuan tentang pemasaran dan konsep pemasaran digital serta terbangun kesadaran bahwa digitalisasi upaya pemasaran itu penting. Justru usaha kuliner mereka yang tergolong usaha kuliner dengan produk yang cepat rusak (perishable) membutuhkan pemasaran yang fast respond dan kedekatan tinggi dengan konsumen atau pelanggan. Dengan karakteristik ini, pemasaran berbasis digital dapat digunakan oleh ibu-ibu penjual untuk mengkomunikasikan produknya.

Selain itu, hanya sedikit peserta pelatihan yang memiliki merek produk, karena umumnya produk kuliner jajanan tradisional masih dijual di tempat. Untuk usaha mikro ini, oleh pelatih disarankan membuat merek atau label produk dengan kandungan merek/label berupa kandungan produk serta no kontak usaha agar konsumen mudah menghubungi. Semua usaha mikro menyatakan sudah punya nama namun belum sempat, atau belum ada yang bisa membantu mendesain atau menuangkan idenya dalam bentuk gambar.

Kegiatan yang ketiga dari pengabdian ini adalah Pembentukan Kelompok Usaha bersama sebagai upaya untuk memperkuat posisi ibu-ibu pedagang melalui pembentukan kelompok usaha kuliner makanan tradisional sehingga dapat memudahkan pemupukan dana internal dan juga peluang mengakses pendanaan bagi UMKM atau program pemberdayaan UMKM lainnya.

4. KESIMPULAN

Kegiatan Pengabdian kepada masyarakat dengan judul Kolaborasi Pendampingan dan Pelatihan Digital Marketing Produk Usaha Mikro dan Kecil Masyarakat di Kecamatan Pelayangan, telah selesai dilaksanakan. Sejumlah hal dapat disimpulkan dari hasil kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini yaitu: (1) para pelaku usaha makanan khas kota seberang yang merupakan ibu-ibu pedagang kuliner di Kecamatan palayanagan terdiri dari 10 orang pedagang sangat antusias mengikuti kegiatan pelatihan yang diadakan yaitu pelatihan. Antusiasme ini ditunjukkan melalui kedatangan tepat waktu, dan setiap peserta aktif mengikuti materi, curah gagasan, diskusi, ice breaking, Tanya jawab serta tugas pembuatan ide merek. Semua peserta mengikuti acara pelatihan hingga selesai. Selain itu, diluar acara pelatihan sejumlah peserta pelatihan aktif berkonsultasi terkait upaya pembuatan merek dan brosur untuk meningkatkan nilai pemasaran melalui kolaborasi antara dosen dan mahasiswa; (2) telah terbentuk Kelompok Usaha bersama yang disepakati sebagai upaya untuk memperkuat posisi ibu- ibu pedagang sehingga dapat memudahkan pemupukan dana internal dan juga peluang mengakses pendanaan bagi UMKM atau program pemberdayaan UMKM lainnya; (3) graduasi peserta pelatihan dari PKH berproses sejalan dengan tingkat kemajuan usaha mereka, sehingga meski kegiatan PPM selesai dilaksanakan, peserta tetap berkonsultasi kepada tim terkait upaya untuk peningkatan dan kemajuan usaha.

5. SARAN

Hal yang dapat disarankan untuk dari hasil kegiatan ini adalah (1) perlu pendampingan usaha kepada wirausaha makanan tradisional secara intensif untuk menguatkan motivasi dan perkembangan usaha ibu-ibu pedagang sehingga usaha yang saat ini sedang dijalankan dapat tetap berjalan dan meningkat; (2) Kelompok Usaha Bersama yang telah terbentuk agar dapat terlaksana serta terjamin keberlanjutannya, maka mesti didampingi oleh pihak- pihak yang relevan. Dalam hal ini, pihak pendamping bisa berasal dari tim perguruan tinggi atau tim praktisi yang memiliki kompetensi dalam pendampingannya; (3) keterbatasan modal yang dialami oleh para pelaku usaha dilingkungan dapat diatasi oleh pemupukan modal internal yang berasal dari kelompok, juga dari pihak eksternal. Terkait hal ini, maka diperlukan peran dari Dinas Sosial untuk memperluas jaringan/akses permodalan ke program lain yang ada di instansi pemerintah lainnya kredit modal kerja dan restrukturisasi kredit UMKM, penjaminan kredit modal kerja UMKM, Banpres Produktif Usaha Mikro (BPUM), Bantuan Tunai untuk PKL serta Warung (BT-PKLW).

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih kami sampaikan kepada Universitas Jambi yang telah memberikan dana untuk kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat yang bersumber dari DIPA Universitas Jambi yang tertuang dalam anggaran Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Jambi

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik (2019), Profil Industri Mikro Kecil Provinsi Jambi 2019, BPS Provinsi Jambi
- Elkin, Tobi (2017), "Global Content Marketing Revenues Poised for 14% Growth in 2017," at <https://www.mediapost.com/publications/article/305786/global-content-marketing-revenues-poised-for-14-g.html>, Accessed date: 18 January 2018
- Harrison, C., Burnard, K., & Paul, S. (2018). Entrepreneurial leadership in a developing economy: A skill-based analysis. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 25(3), 521–548.
- Lubis, T. A., Machpuddin, A., Firmansyah, F., Ekasari, N., & Siregar, A. P. (2022). Peningkatan Daya Saing Produk Selai Nanas Goreng Khas Jambi melalui Strategi Pengemasan dan Strategi Harga di Desa Tangkit Baru Kecamatan Sungai Gelam Kabupaten Muaro Jambi. *Jurnal Inovasi, Teknologi Dan Dharma Bagi Masyarakat*, 4(3), 56-59. <https://doi.org/10.22437/jitdm.v4i3.23007>