

## **PENGEMBANGAN UMKM SINGKONG MELALUI DIGITALISASI MARKETING DI DESA KALIPANG, GRATI, KABUPATEN PASURUAN**

**Nurul Akramiah<sup>1\*</sup>, Ratna Pudyaningsih<sup>1</sup>, Sri Hastari<sup>1</sup>**

<sup>1</sup> Universitas Merdeka Pasuruan

nurul.aidan04@gmail.com\*, ratnahend@gmail.com, sri.hastari@gmail.com

### **ABSTRAK**

Desa Kalipang adalah desa yang terletak antara lautan serta persawahan, tapi di Desa Kalipang bercocok tanam merupakan mata pencaharian penduduk, baik menjadi petani dilahan sendiri juga menjadi petani penggarap dilahan milik orang lain. Desa Kalipang juga adalah salah satu desa lokasi PNPM yang berdikari, pedesaan yang terdapat di Kecamatan Grati Kabupaten Pasuruan Jawa Timur. Dengan masuknya PNPM ini di Desa Kalipang makin banyak industri rumahan (UMKM) yang bermunculan, antara lain kerupuk udang, kerupuk puli, keripik gadung, kerupuk samiler serta tape singkong. akan tetapi, saat ini eksistensi Usaha Kecil Menengah (UMKM) yang terdapat pada Desa Kalipang masih belum berkembang sebab kurangnya pemahaman warga perihal kewirausahaan yang bisa menaikkan keterampilan usaha dan akan berdampak pada peningkatan pendapatan warga desa. Kurangnya pemahaman warga dalam memakai teknologi untuk alat pemasaran mengakibatkan UMKM pada Desa Kalipang belum begitu dikenal oleh masyarakat luar, sebagai akibatnya dengan adanya program PKM dari Universitas Merdeka Pasuruan bisa membantu warga untuk meningkatkan UMKM mereka melalui digitalisasi marketing dan memotivasi serta lebih berinovasi lagi mengolah produk UMKM menjadi lebih bernilai ekonomis.

Kata Kunci: Desa Kalipang;UMKM;digitalisasi; Kabupaten Pasuruan

### **ABSTRACT**

*Kalipang Village is a village located between the ocean and rice fields, but in Kalipang Village farming is the livelihood of the residents, both being farmers on their own land as well as being farmers on other people's land. Kalipang Village is also one of the villages where PNPM is independent, a village located in Grati District, Pasuruan Regency, East Java. With the inclusion of PNPM in Kalipang Village, more home industries (SMEs') have sprung up, including prawn crackers, puli crackers, gadung chips, samiler crackers and cassava tape. However, currently the existence of Small and Medium Enterprises (SMEs') in Kalipang Village is still not developed due to the lack of understanding of citizens about entrepreneurship which can increase business skills and will have an impact on increasing the income of villagers. The lack of understanding of citizens in using technology for marketing tools has resulted in SMEs' in Kalipang Village not being well known to the outside community, as a result, the PKM program from the Merdeka University of Pasuruan can help residents to improve their SMEs' through digitalization of marketing and motivate and be more innovative in processing SMEs' products. become more economically valuable.*

*Keywords: Kalipang Village; UMKM; digitization; Pasuruan*

## PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil atau Menengah (UMKM) mempunyai kiprah penting serta berkontribusi besar dalam perekonomian Indonesia. Salah satu UMKM yang terdapat di Indonesia adalah UMKM yang berkecimpung dibidang pangan. Tantangan yang di hadapi oleh UMKM ini ialah membuat suatu produk yang berkualitas, inovatif serta bermutu. Kemasan juga ialah salah satu faktor yang krusial pada produk dimana kemasan bisa mensugesti konsumen tentang kualitas produk. Kemasan adalah media promosi yang bisa memberikan peningkatan dalam penjualan produk.

UMKM bisa berkembang dengan baik jika mempunyai sumber Daya manusia (SDM) yang berkualitas, oleh sebab itu kompetensi SDM dalam hal pengetahuan, keterampilan, dan keahlian manajerial wajib dimiliki oleh pemilik UMKM dan juga setiap individu yang berkeja pada UMKM (Ardiana, 2010). Para lulusan yang berpotensi untuk menjadi pendobrak awal pada pengembangan UMKM, selama perkuliahan ketika menjadi mahasiswa dibekali dengan pengetahuan serta kemampuan yang bisa diterapkan di UMKM, maka akan berdampak positif bagi pengelolaan UMKM (Sear, 2012).

Tingkat efektifitas promosi UMKM melalui online masih dirasa kurang, berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh *Delloite Acsess Economics* menyatakan bahwa 9% UMKM sudah memiliki kapasitas pemasaran digital, 18% UMKM sudah menggunakan website dan media sosial sebagai promosi onlinenya, kemudian 37% UMKM melakukan promosi penjualan secara online yang bersifat umum seperti akses komputer dan jaringan internet kabel telpon standar, sedangkan sebanyak 36% UMKM di Indonesia masih menggunakan pemasaran konvensional (Harmawan, 2021)

Menurut Budiyanto (2020), kendala dari perkembangan UMKM adalah minimnya peralatan yang digunakan seperti alat-alat teknologi, dimana UMKM masih memakai alat yang sederhana sehingga belum mampu bersaing dalam hal kuantitas dan kualitas.

Digital marketing merupakan jaringan internet dan sistem informasi modern untuk memperluas dan meningkatkan fungsi promosi penjualan tradisional (L, 2004). Sedangkan menurut Tarigan (2009) digital marketing adalah kegiatan promosi

penjualan termasuk branding melalui berbagai media internet seperti blog, website, email, adwords ataupun jejaring sosial.

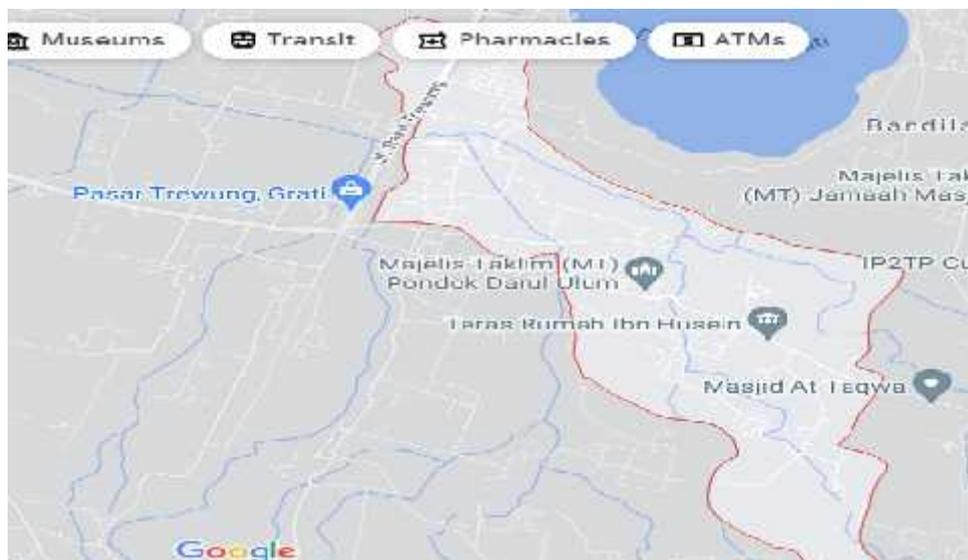
Menurut Tarigan (2009) digital marketing terkait tentang promosi penjualan melalui internet, beberapa teori tentang digital marketing yaitu :

1. Pemasaran konten (*Content Marketing*) merupakan metode untuk menarik dan mempertahankan konsumen dengan konten-konten yang berbasis kepentingan konsumen.
2. Teknik pemasaran produk (*Search Engine Marketing*) merupakan cara mendapatkan informasi produk dari *Search Engine* atau mesin pencari dengan cara menuliskan kata-kata atau produk yang diminati.
3. Strategi sosial media (*Social Media Strategy*) adalah cara menjual produk media sosial sebagai alat, seperti blog, facebook, twitter, dan lain-lain.
4. Menarik (Konsep *Pull*) adalah konsep yang menjabarkan bahwa konsumen merupakan alat yang efektif dalam mencari informasi mengenai produk yang ingin dibeli.
5. Dorong (Konsep *Push*) adalah metode komunikasi yang dilakukan oleh produsen kepada konsumen bisa melalui SMS atau RSS.

Digital marketing bisa diartikan usaha mempromosikan suatu merek dengan menggunakan media digital sehingga bisa menjangkau konsumen dengan tepat waktu, pribadi dan relevan. Tipe pemasaran digital mencakup banyak cara dan praktik yang terdapat dalam kategori pemasaran internet. Adanya ketergantungan pemasaran tanpa internet sehingga pemasaran digital menggabungkan elemen utama seperti ponsel, SMS, menampilkan spanduk, dan digital luar. Pemasaran digital menggabungkan faktor psikologis, humanis, antropologi dan teknologi yang akan menjadi alat baru dengan kapasitas besar, interaktif dan multimedia. Menghasilkan interaksi antara produsen, perantara pasar dan konsumen. Pemasaran melalui digital akan diperluas sehingga bisa memberikan pelayanan perusahaan dan keterlibatan konsumen. Digital marketing menggunakan internet serta teknologi informasi yang dapat memperluas dan meningkatkan fungsi marketing tradisional.

Secara geografis Desa Kalipang berada pada posisi 7<sup>o</sup>21'-7<sup>o</sup>31' Lintang Selatan dan 110<sup>o</sup>10'-111<sup>o</sup>40' Bujur Timur, topografi ketinggian desa berupa daratan sedang

156m di atas permukaan laut. Desa Kalipang terletak diwilayah Kecamatan Grati Kabupaten Pasuruan dengan dibatasi oleh wilayah desa-desa tetangga. (Wikipedia, 2020)



Gambar 1. Peta Wilayah Desa Kalipang

SDA di Desa Kalipang dikategorikan mendukung karena kontur tanah yang basah serta kemampuan bertani warga yang secara turun-temurun. Pembagian lahan desa sebagian besar adalah lahan pertanian tanaman pangan padi dimusim penghujan sedangkan jagung, singkong dan polowijo di musim kemarau. Desa Kalipang mempunyai keunggulan tanah yang subur dalam pemanfaatan pertanian, tanah yang gembur sangat membantu petani mengembangkan tanaman yang cocok seperti singkong.

Maka tidak heran, banyak warga sekitar yang mengembangkan usaha sendiri seperti industri rumahan yang memproduksi olahan jagung dan singkong. Keunggulan lainnya Desa Kalipang berdekatan dengan pasar Trewung, dimana pasar Trewung adalah salah satu pasar yang cukup besar untuk pusat perbelanjaan warga desa. Selain itu olahan singkong seperti tape dan samiler sudah cukup dikenal oleh masyarakat luar Kalipang, sehingga tidak begitu susah untuk memperkenalkan produk inovas khas Kalipang.



Gambar 2. UMKM Industri Kerupuk Samiler

Kelemahan dari Desa Kalipang adalah terletak pada sumber daya manusia dan cara pemasaran produknya yang masih belum bisa menjangkau banyak konsumen, hanya masyarakat sekitar Desa Kalipang saja yang mengetahui produk-produk industri yang dihasilkan oleh masyarakat Desa Kalipang. Dari sisi pengemasan, produk yang dihasilkan masih dikemas seadanya dengan kantong kresek dan belum di beri label merk, dan produk yang dihasilkan masih monoton yaitu singkong yang diolah dalam bentuk tape dan kerupuk samiler.



Gambar 3. UMKM Industri Tape Singkong

Pelaku UMKM di Desa Kalipang rata-rata adalah masyarakat yang sudah berusia berkisar antara 50 tahun keatas yang dimana mereka belum mengikuti kecanggihan teknologi sehingga strategi pemasaran yang digunakan masih pemasaran dari mulut ke mulut (*word of mouth*). Sehingga jangkauan pasarnya masih belum begitu luas, masih disekitar desa kalipang saja.

## **METODE**

### **Program 1**

Kegiatan dibidang ekonomi yaitu pengembangan produk UMKM dengan memanfaatkan bahan baku yang sudah tersedia atau yang mudah didapatkan oleh masyarakat di desa kalipang dengan tujuan masyarakat atau para pelaku UMKM dapat mengolah produk UMKM menjadi lebih inovatif, nilai ekonomisnya lebih tinggi dari produk yang sudah ada dan dapat dikenal oleh masyarakat luas. Sehingga apa yang menjadi ciri khas di desa kalipang dapat didistribusikan luas dan mudah dikenal dengan kemasan yang menarik

### **Program 2**

Kegiatan dibidang digitalisasi yaitu dengan pemuatan aplikasi dan website dengan tujuan dapat memudahkan masyarakat dalam memasarkan produk-produk UMKM dan mengakses pengajuan permohonan surat-surat seperti KTP, KK atau permohonan lainnya melalui online. Dengan kecanggihan teknologi harapannya dapat membantu masyarakat mengenalkan produk unggulan dan ciri khas desa kalipang ke masyarakat luas

### **Program 3**

Kegiatan dibidang hukum, dalam hal ini tujuannya mengedukasi masyarakat melalui sosialisasi tentang pentingnya memiliki merek dagang, hak patten dan pengurusan ijin P-IRT bagi pelaku usaha.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Tim pengabdian kepada masyarakat dari Universitas Merdeka Pasuruan memberikan solusi untuk permasalahan yang terjadi di desa kalipang yaitu dengan memberikan beberapa sosialisasi tentang pentingnya merek dari produk yang dibuat dan bagaimana mendisain merek produk sehingga bisa menarik konsumen dari kesan luar produk. Kemudian mengajak masyarakat untuk merubah kemasan produk yang tadinya hanya dikemas dengan kantong kresek biasa menjadi kemasan dalam bentuk wadah plastik dan di beri merek dagang.

Selain sosialisasi dari segi kemasan dan merek produk masyarakat juga diberi sosialisasi tentang pentingnya hak patten untuk merek dagang dan bagaimana

pembuatan ijin Produk Industri Rumah Tangga (P-IRT). Selain itu masyarakat juga diberikan pelatihan dalam mengolah singkong menjadi berbagai jenis olahan makanan, seperti membuat prol tape, es supe (susu tape), bolu tape, dan samiler dengan berbagai varian rasa.



Gambar 4. Hasil Inovasi Produk yang Berbahan Dasar Tape Singkong dan Kerupuk Samiler

Tidak hanya sosialisasi dan pelatihan masyarakat desa kalipang juga diberikan wadah atau tempat untuk berjualan secara online dengan menggunakan aplikasi yang bernama Digital Information of Kalipang Administration (DIKA) yang bisa langsung di unduh melalui play store. Melalui aplikasi ini masyarakat dapat memasarkan produk UMKM yang nantinya akan terhuung langsung ke kontak person pemilik industri makanan yang ada di desa kalipang. Didalam aplikasi dika ada menu yang dikhususkan untuk UMKM yang isinya untuk wadah penjualan produk-produk UMKM yang ada di desa kalipang.

Selain untuk UMKM aplikasi tersebut juga bisa digunakan oleh masyarakat untuk kegiatan lainnya yang berhubungan dengan kantor desa, seperti pengurusan Kartu Tanda Penduduk (KTP), bansos, kesehatan yang akan terhubung langsung dengan

kontak person tenaga medis terdekat yang ada di desa kalipang, dan kontak – kontak penting yang bisa di huungi oleh masyarakat secara langsung.

Selain memerikan wadah untuk pemasaran produk berupa aplikasi, masyarakat juga diuatkan wesite yang dikelola oleh kantor desa untuk kegiatan pemasaran dan memudahkan kantor desa dalam menyimpan data-data kependudukan. Aplikasi DIKA juga terhubung langsung dengan website yang dikelola oleh kantor desa tersebut.

Masyarakat juga diberikan sosialisasi dalam menggunakan aplikasi dan bagaimana aplikasi tersebut bisa memberikan kemudahan kepada masyarakat dalam memasarkan produk serta administrasi desa.



Gambar 5. Aplikasi Digital *Information of Kalipang Administration*

## SIMPULAN DAN SARAN

Dalam bidang ekonomi program kerja yang telah direncanakan dapat terlaksana dengan baik dan mencapai target yang diinginkan, peserta kegiatan dapat mengikuti kegiatan dan menerima manfaat serta menerapkan sendiri apa yang sudah di sampaikan. Dalam bidang digitalisasi kegiatan yang dilaksanakan yaitu edukasi literasi digital, aplikasi dan website dengan tujuan dapat membantu masyarakat dalam measarkan produk dan pengurusan administrasi desa.

Kemudian kegiatan dibidang hukum meliputi perizinan dagang, perlindungan merek, dan hak cipta telah tersampaikan secara detail kemasyarakat yang mengikuti sosialisasi dan masyarakat menyadari akan pentingnya perizinan dagang dalam aspek hukum.

Saran dari hasil pengabdian yang sudah kami laksanakan yaitu untuk menjaga kesinambungan dari program-program yang sudah dilaksanakan, diharapkan kepada pihak kelurahan untuk selalu membantu masyarakat dalam memasarkan produk-produk yang telah dihasilkan melalui aplikasi DIKA dan marketplace-marketplace lainnya dan untuk pemuda-pemuda karang taruna untuk bisa terus membimbing dan melatih para pelaku usaha dalam penggunaan teknologi.

### UCAPAN TERIMAKASIH

Ucapan terimakasih disampaikan kepada LPPM Universitas Merdeka Pasuruan yang telah mendanai kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat di Desa Kalipang Kecamatan Grati Kabupaten Pasuruan. Kepada Kepala Desa Kalipang Kecamatan Grati beserta sekretaris desa dan perangkat desa yang telah memberikan izin serta menyiapkan tempat pelaksanaan kegiatan. Selain itu juga disampaikan terimakasih kepada pemilik UMKM samiler dan tepa singkong yang telah banyak membantu dan mendukung kami sehingga kegiatan dapat berjalan dengan baik

### DAFTAR PUSTAKA

- Ardiana, I. D. (2010). Kompetensi SDM UKM dan Pengaruhnya Terhadap Kinerja UKM di Surabaya. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 12 (1) 42 - 55.
- Budiyanto, A. d. (2020). Analisa Kebijakan Pemerintah Kota Tangerang Selatan Terhadap Pemberdayaan Koperasi dan UMKMdand Dampaknya Terhadap Pemerataan Kesejahteraan Masyarakat. *Jurnal Mandiri : Ilmu Pengetahuan, Seni, dan Teknologi*, 4 (1) 80 -93.
- Harmawan, B. N. (2021, Desember Sabtu). Hambatan UMKM "Go-Online". <https://news.detik.com/kolom/d-4272888/hambatan-umkm-go-online>, p. 1.
- L, U. G. (2004). *Digital Marketing Strategy : Text and Cases*. Pearson Education.
- Sear, L. T. (2012). *Graduate Recruitment To SMEs Final Report* . County Durham: SFEDI.
- Tarigan, R. S. (2009). *Creative Digital Marketing*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Wikipedia. (2020, Maret 11). *Wikipedia Ensiklopedia*. Retrieved Agustus 20, 2021, from [Wikipedia Ensiklopedia Bebas: https://id.wikipedia.org/wiki/Kalipang,\\_Grati,\\_Pasuruan](https://id.wikipedia.org/wiki/Kalipang,_Grati,_Pasuruan)