

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

Nurul Akramiah^{1*}, Dra. A. Ratna Pudyaningih², Dra. Sri Hastari³
nurul.aidan04@gmail.com*, ratnahend@gmail.com, sri.hastari@gmail.com

Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi
Universitas Merdeka Pasuruan

Abstrak

Desa Kalipang merupakan desa yang terletak antara lautan dan persawahan, akan tetapi di Desa Kalipang bercocok tanam adalah mata pencaharian penduduk baik sebagai petani dilahan sendiri maupun sebagai petani penggarap dilahan milik orang lain. Desa Kalipang juga merupakan salah satu desa lokasi PNPM Mandiri pedesaan yang ada di Kecamatan Grati Kabupaten Pasuruan Jawa Timur. Dengan masuknya PNPM ini di Desa Kalipang makin banyak industri rumahan (UMKM) yang bermunculan, diantaranya kerupuk udang, kerupuk puli, keripik gadung, kerupuk samiler dan tape singkong. Akan tetapi, saat ini keberadaan Usaha Kecil Menengah (UMKM) yang ada di Desa Kalipang masih belum berkembang karena kurangnya pemahaman masyarakat tentang kewirausahaan untuk meningkatkan keterampilan usaha yang akan berdampak pada peningkatan pendapatan masyarakat desa. Kurangnya pemahaman masyarakat dalam menggunakan teknologi sebagai alat pemasaran menjadikan UMKM di Desa Kalipang tidak begitu dikenal oleh masyarakat luar, sehingga dengan adanya program masyarakat dari Universitas Merdeka Pasuruan dapat membantu masyarakat dalam mengembangkan UMKM mereka melalui digitalisasi marketing serta mengembangkan atau menginovasi lagi hasil olahan 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 as farmers on their own land and as sharecroppers on other people's land. Kalipang Village is also one of the villages where PNPM Mandiri is located in the Grati District, Pasuruan Regency, East Java. With the inclusion of PNPM in Kalipang Village, more home industries (MSMEs) have sprung up, including prawn crackers, puli crackers, gadung chips, samiler crackers and cassava tape. However, currently the existence of Small and Medium Enterprises (UMKM) in Kalipang Village is still not developed due to the lack of public understanding of entrepreneurship to improve business skills which will have an impact on increasing village community income. The lack of public understanding in using technology as a marketing tool makes MSMEs in Kalipang Village not very well known to the outside community, so that with the community program from the Merdeka Pasuruan University, it can help the community in developing their MSMEs through digitalization of marketing and developing or innovating more processed MSME products into more economic value.

Keywords: Kalipang Village, UMKM, digitization, Pasuruan

PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil atau Menengah (UMKM) memiliki peran penting dan berkontribusi besar bagi perekonomian Indonesia. Salah satu UMKM yang ada di Indonesia yaitu usaha yang bergerak dibidang pangan. Tantangan yang di hadapi oleh UMKM ini adalah menghasilkan suatu produk yang berkualitas, inovatif dan bermutu. Kemasan juga merupakan faktor yang penting dalam produk dimana kemasan dapat mempengaruhi kualitas produk dan juga kemasan merupakan media promosi yang dapat mempengaruhi peningkatan penjualan produk.

UMKM dapat berkembang dengan baik apabila memiliki Sumber Daya Manusia (SDM) yang berkualitas, oleh karena itu kompetensi SDM dalam hal pengetahuan, keterampilan, serta keahlian manajerial harus dimiliki oleh pemilik UMKM dan juga setiap individu yang berkeja di UMKM (Ardiana, 2010). Para sarjana yang berpotensi untuk menjadi pendobrak awal dalam mengembangkan UMKM, selama perkuliahan saat menjadi mahasiswa dibekali dengan pengetahuan dan kemampuan yang dapat 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 hanya 9% UMKM yang sudah memiliki kapasitas pemasaran digital, 18% UMKM sudah menggunakan website dan media sosial sebagai promosi onlinenya, kemudian 37% UMKM melakukan pemasaran online yang bersifat mendasar seperti akses komputer dan *Broadband*, sedangkan sisanya sebanyak 36% UMKM di Indonesia masih menggunakan pemasaran konvensional (Harmawan, 2021)

Menurut (Budiyanto, 2020), hambatan perkembangan UMKM adalah terbatasnya sarana dan prasarana terutama yang berhubungan dengan alat-alat teknologi, dimana UMKM masih menggunakan teknologi yang sederhana sehingga sulit bersaing dalam hal kuantitas dan kualitas.

(L, 2004) Digital marketing menggunakan internet dan teknologi informasi untuk memperluas dan meningkatkan fungsi marketing tradisional. Sedangkan menurut (Tarigan, 2009) digital marketing merupakan kegiatan marketing termasuk branding yang menggunakan berbagai media berbasis web seperti blog, website, email, adwords ataupun jejaring sosial.

(Tarigan, 2009) Digital marketing bukan saja berbicara tentang marketing internet, ada beberapa teori tentang digital marketing yaitu :

1. Pemasaran konten (*Content Marketing*) merupakan suatu cara menjangkau hubungan dan mempertahankan pelanggan melalui konten-konten yang berbasis kepentingan pelanggan.
2. Teknik pemasaran produk (*Search Engine Marketing*) adalah suatu cara mencari informasi produk melalui *Search Engine* atau mesin pencari dengan cara mengentikkan kata atau produk yang akan dibeli.
3. Strategi sosial media (*Social Media Strategy*) merupakan cara memasarkan produk melalui media sosial, seperti blog, facebook, twitter, dan lain-lain.
4. Menarik (konsep Pull) merupakan konsep yang menjelaskan bahwa konsumen lah yang efektif dalam pencarian informasi ataupun lainnya mengenai produk yang ingin dibeli.
5. Dorong (konsep Push) merupakan konsep komunikasi yang dilakukan oleh pemasar kepada calon konsumen bisa melalui SMS atau RSS.

Digital marketing dapat diartikan suatu usaha untuk mempromosikan sebuah merek dengan menggunakan media digital yang dapat menjangkau konsumen secara tepat waktu, pribadi dan relevan. Tipe pemasaran digital juga mencakup banyak teknik dan praktik yang terkandung dalam kategori pemasaran internet. Dengan adanya ketergantungan pemasaran tanpa internet membuat pemasaran digital menggabungkan elemen utama lainnya seperti ponsel, SMS, menampilkan spanduk, dan digital luar. Pemasaran digital turut menggabungkan faktor psikologis, humanis, antropologi dan teknologi yang akan menjadi media baru dengan kapasitas besar, interaktif dan multimedia. Hasil dari era baru berupa interaksi antara produsen, perantara pasar dan konsumen. Pemasar melalui digital sedang diperluas untuk mendukung pelayanan perusahaan dan keterlibatan dari konsumen. Digital marketing menggunakan internet dan teknologi informasi untuk memperluas dan meningkatkan fungsi marketing tradisional. Kita juga dapat menyatakan bahwa pendapat seperti *Interactive marketing*, *one-to-one marketing* dan *e-marketing* erat kaitannya dengan digital marketing. (urban, 2004)

Secara geografis Desa Kalipang terletak pada posisi 7^o21'-7^o31' Lintang Selatan dan 110^o10'-111^o40' Bujur Timur, topografi ketinggian desa ini adalah berupa daratan

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



Gambar 1. Peta Wilayah Desa Kalipang

Sumber daya alam di Desa Kalipang dapat dikategorikan mendukung karena memiliki kontur tanah yang basah dan kemampuan bertani masyarakat yang diwariskan secara turun-temurun. Pembagian lahan desa di Desa Kalipang sebagian besar adalah lahan pertanian tanaman pangan padi dimusim penghujan sedangkan jagung, singkong dan polowijo di musim kemarau. Desa Kalipang memiliki keunggulan dengan tanah yang subur dalam pemanfaatan pertanian yakni tana yang gembur sehingga sangat membantu petani dalam 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

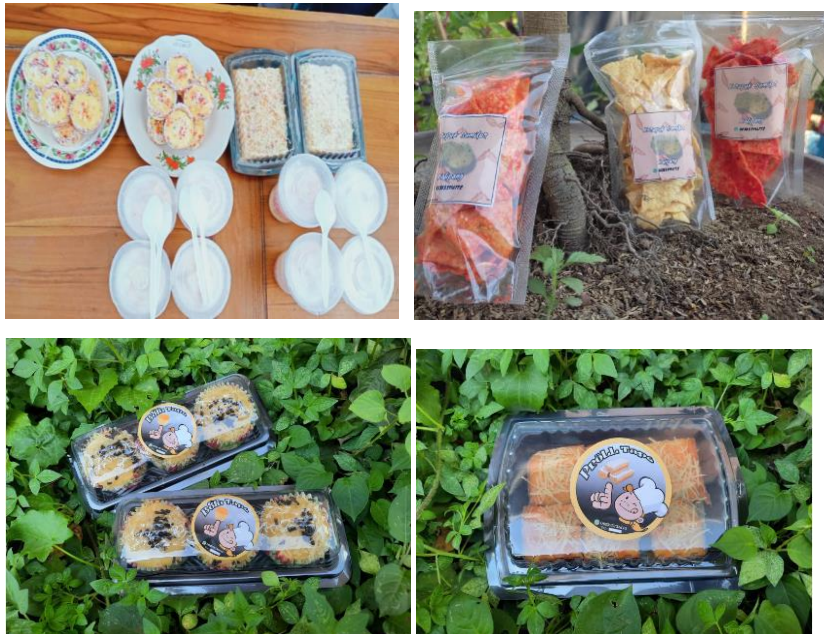
Kegiatan dibidang hukum, dalam hal ini tujuannya mengedukasi masyarakat melalui sosialisasi tentang pentingnya memiliki merek dagang, hak patten dan pengurusan ijin P-IRT bagi pelaku usaha.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tim pengabdian kepada masyarakat dari Universita 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.



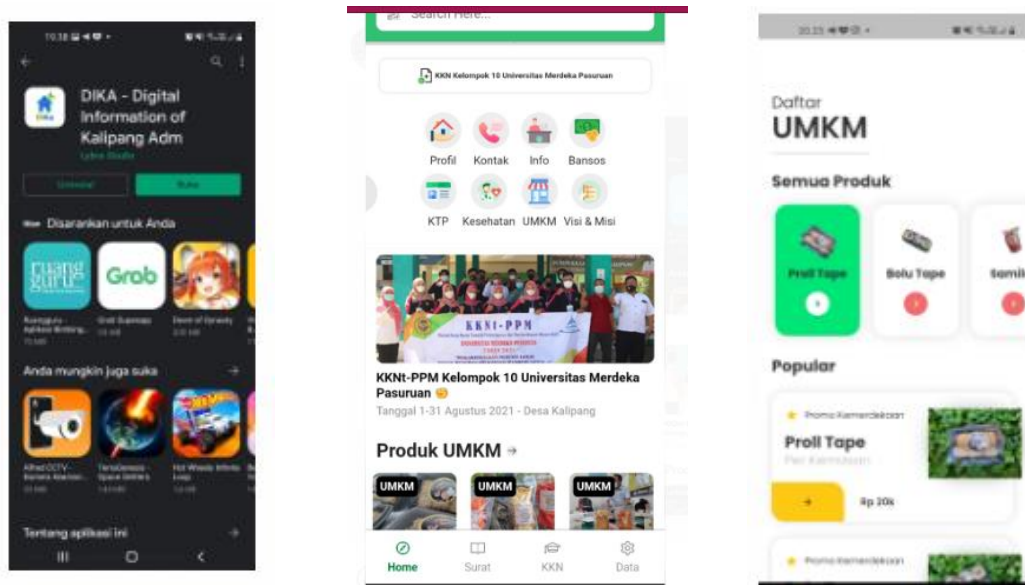
Gambar 4. Hasil inovasi produk yang berbahan dasar tape singkong dan kerupuk samiler

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 memberikan 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

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 memasarkan 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

