



PENINGKATAN PEMASARAN PADA UMKM LAHANG AREN GULA SEMUT DAN WEDANG JAHE MELALUI DIGITAL DI DESA WAY KALAM KECAMATAN PENENGAHAN KABUPATEN LAMPUNG SELATAN

Oleh

Zuriana¹, AK Yohanson²

^{1,2} Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya

Email : zuriana@darmajaya.ac.id, akayohanson@darmajaya.ac.id

Article History:

Received: 08-05-2022

Revised: 18-05-2022

Accepted: 25-06-2022

Keywords:

PKPM, Gula Semut, Social Media

Abstract: *The community service work practice program is a means of self-actualization of several skills or skills, both soft skills or hard skills that have been obtained during lectures, which will be applied in the community for 1 month. In this community service practice report, our participants will take part in the Program, which is located in Way Kalam Village and Gula Semut UMKM, South Lampung for 1 month, from January 31, 2022 to March 2, 2021. The placement of this community service practice is located at the Sugar Ants SMEs located in Way Kalam village. Here I will focus on the use of social media for digital marketing to improve marketing and also make ant sugar products for the Haris Pratama Ants Sugar SMEs. As well as participating in village activities, including: road repair work, mutual cooperation, helping the Way Kalam village tourism awareness group, measuring and mapping village land assets and holding a farewell event at the village hall*

PENDAHULUAN

Perkembangan dunia teknologi dari waktu ke waktu semakin pesat, bahkan bisa dikatakan saat ini kita dimanjakan oleh kecanggihan sebuah teknologi. Dengan teknologi, dapat membantu dan mempermudah pekerjaan manusia. Seperti pada instansi pemerintahan desa yang akan terbantu dalam pengembangan potensi yang ada didalamnya. Pemanfaatan kemajuan teknologi dan bisnis melalui UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) yang dikelola oleh pemerintahan desa setempat dapat menjadikan desa tersebut sebagai desa yang mandiri dan membantu menyejahterakan masyarakat di desa tersebut. Ditambah lagi sudah dua tahun lebih Indonesia di landa virus Covid-19. Salah satu upaya untuk memberantas Covid-19 di Lampung Selatan adalah dengan adanya penerapan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) Peraturan tersebut berdampak cukup signifikan pada pertumbuhan ekonomi di daerah ini. Antara lain penurunan daya beli dan pemutusan hubungan kerja (Penurunan pendapatan dan Pemutusan Hubungan Kerja (PHK)).

Usaha Mikro Kecil Menengah atau UMKM memiliki peran penting dalam kemajuan perekonomian di Indonesia. Masyarakat bisa hidup mandiri secara finansial berkat adanya UMKM. Salah satunya adalah UMKM Lahang Aren Indonesia. UMKM ini berfokus pada pembuatan Gula Semut dan juga Wedang Jahe. Bahandasarnya terdiri dari gula aren asli,



dan untuk wedang jaheditambahkan dengan Jahe Gajah dan juga Lada. UMKM ini berdirisejak tahun 2017 berawal dari terdampaknya finansial sehinggamemaksa pemilik untuk membuat produk alternatif sebagaipengganti susu anak. Dengan tercetus nya ide membuat penggantisusu anak menggunakan gula aren, pemilik berinisiatif untukmembuat produk gula aren yang bisa dikomersilkan. Atas inisiatif inilah yang akhirnya membuat produk gula semut tersebut semakinberkembang sampai ke terobosan dalam pembuatan Wedang Jaheberbahan dasar Gula Aren sampai sekarang.

Selama masa pandemi UMKM Gula Semut Haris Pratama mengalamitingkat penurunan pendapatanyang signifikan yang biasanya dapat pesanan untukmembuat gula semut hingga 100 pcs perbulan , sekarang bahkan terkadang tidak adapesanan. Semenjak tahun 2021, UMKM Gula Semut Haris Pratama belum melakukan promosi yang teratur, terarah, dan berkesinambungan. Sehingga,pemasaran melalui mediadigital belum dilakukan secara baik. Untuk mengatasi hal tersebut, salah satu upaya yang bisa dilakukan adalah inovasipenggunaan berbagai promosi di media pemasaran seperti facebook, instagram,danberbagai media lainnya untuk meningkatkan tingkat penjualan Gula Semut. Metodekegiatan pengabdian ini dilakukan dengan beberapa tahap, menganalisis situasi denganobservasi langsung, wawancara ke pihak-pihak terkait, menetapkanprogram yang relevanseperti sosialisasi bagaimana memanfaatkan media sosial secara optimal guna memperluasjaringan pemasaran.

METODE

Ada beberapa tahap yang dilakukan sebelum kegiatan pelaksanaan pengabdian kepadamasyarakat dilakukan. Tahap-tahap yang perlu dilakukan antara lain tahap persiapan, tahap pelaksanaan pelatihan dan metode pelatihan. Tahap-tahap tersebut akan dijelaskan sebagaiberikut :

1. Tahap Persiapan

Tahap persiapan yang dilakukan meliputi:

- a. Peyusunan Tim Pelaksana Pengabdian Kepada Masyarakat. Tim pelaksanapengabdian kepada masyarakat terdiri atas 2Dosen Program Studi Manajemen yakni, Zuriana, SE., MM dan A.K. Yohanson, MM.
- b. Pada tahap penentuanlokasi kegiatan, tim pelaksana melaksanakan survey ke beberapa lokasi yangkemungkinan bisa dilakukan kegiatan pengabdian.
- c. Tahap pemantapan dan penentuan lokasi serta sasaran kegiatan. Setelahmelaksanakan survey akhirnya diputuskan bahwa kegiatan pengabdiandilaksanakan di UMKM Gula Semut Haris Pratama.
- d. Penentuan waktu dan tempat kegiatan. Pada tahap ini disepakati bahwa waktukegiatan dilaksanakan pada bulan Mei 2022 selama satu bulan, dan dilaksanakan langsung ditempat UMKM dengan tetap menjaga protokol kesehatan.
- e. Penyusunan bahan/materi pelatihan. Pada tahap ini materi disusun dalam bentukppt, makalah, video yang akan diberikan kepada para peserta.

2. Tahap Pelaksanaan Pelatihan

- a. Tim pengabdian memberikan penjelasan mengenai hal-hal terkait pembuatan *Digital Marketing* dengan membuat Sosial media merupakan media online atau daring yang dimanfaatkan sebagai sarana pergaulan sosial secara online di internet. Hal itu menjadi landasan bagi kami untuk memanfaatkan media tersebut sebagai



media pemasaran yang dapat menjangkau lebih banyak calon konsumen. Selain media sosial juga menjadi pilihan kami dalam meningkatkan penjualan madu gegala adalah dengan memanfaatkan promosi madu dengan media sosial shopee.

3. Metode

Metode yang digunakan pada saat pelatihan antara lain ceramah, tanya jawab, dan penugasan.

HASIL

Beberapa hasil pengabdian yang dilakukan di Desa Way Kalam sebagai berikut :

1. Pengenalan smart village desa way kalam

Pengenalan smart village atau desa pintar bahwasannya desa way kalam ini adalah salah satu desa yang berpotensi menjadi desa yang maju sehingga terpilih menggunakan aplikasi smart village ini.



Gambar 1. Pengenalan smart village

2. Membantu Melakukan Foto Produk

Proses membantu melakukan foto produk UMKM guna untuk melakukan posting penjualan online di pasaran market digital. Agar kemasan pemasaran yang dilihat dapat menarik maka dilakukan foto produk untuk pasaran online.



Gambar 2. Foto Produk

3. Produksi dan Packing

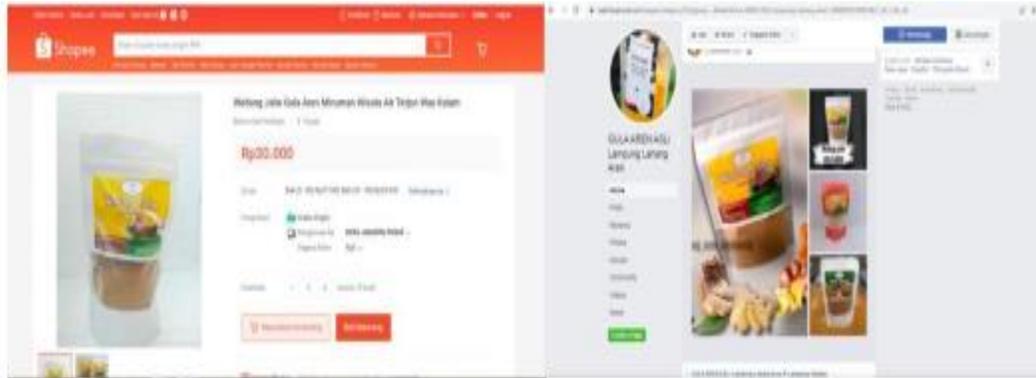
Melakukan produksi gula aren dan wedang jahe serta melakukan packing untuk mempersiapkan stok penjualan agar dapat di pasarkan secara banyak dan juga mempersiapkan untuk acara bazar di taman edukasi kota kalianda.



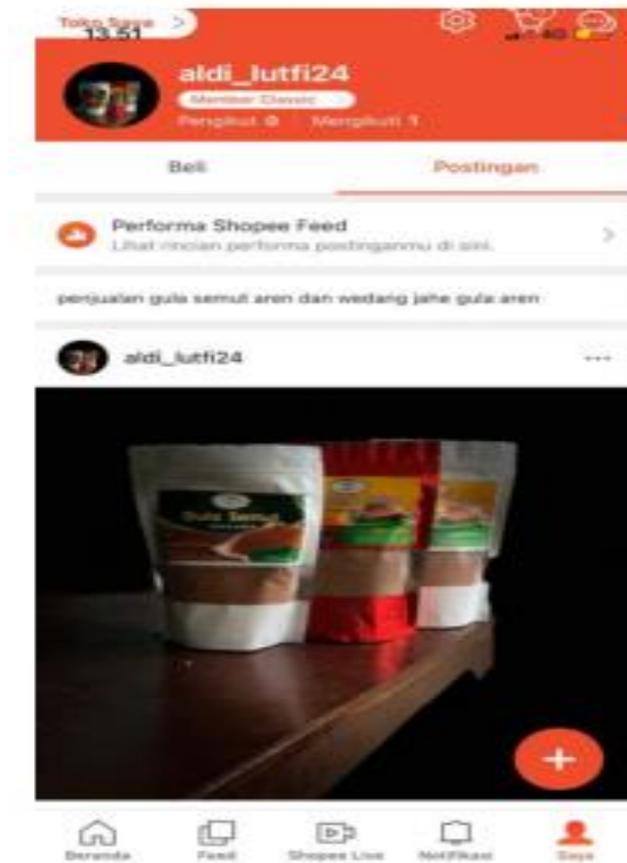
Gambar 3. Produksi Gula Semut dan Wedang Jahe

4. Pembuatan Akun Shopee

Pembuatan akun shopee untuk melakukan market penjualan online dimasa pandemic.



Gambar 4. Media Sosial dan Market Place UMKM Gula Semut Haris Pratama



Gambar 5. Penjualan Shopee

DISKUSI

UMKM Gula Semut Haris Pratama menjadi penerima dampak langsung dengan adanya kegiatan ini, dimana *Digital Marketing* yang dibangun memberikan dampak positif terhadap omset penjualan dan Madu Gegala (kelanceng). Media promosi berbasis *Digital*



Marketing ini sangat berguna untuk menarik konsumen dari Desa Way Kalam dan menciptakan pasar yang lebih luas.

KESIMPULAN

Berdasarkan serangkaian kegiatan diatas yang dilakukan di desaway kalam dapat disimpulkan pemilik UMKM bisa menjadi lebih memahami pemasaran dengan berbasis teknologi yang dapat meluaskan pemasaran atau promosi produk lahng aren gula dan wedang jahe dengan mudah. Dengan membuat akun shopee UMKM lahng aren mempermudah pemesanan dan memperluas jangkauan pemasaran serta dapat meningkatkan penjualan dan pendapatan UMKM lahng aren. Pemilik UMKM dapat merasakan peningkatan pendapatan dari penjualan melalui media sosial begitupun konsumen yang merasa lebih mudah dalam pemesanan produk gula dan wedang jahe. Dengan adanya pembuatan akun media sosial pada UMKM menyadarkan pemilik UMKM betapa pentingnya hal tersebut dan sangat berdampak pada pemasaran hingga penjualan produk UMKM di era perkembangan digital ini.

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Ucapan terimakasih kami sampaikan kepada Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya yang telah memfasilitasi ruang penelitian dan pengabdian bagi dosen sehingga tercapainya kegiatan ini yang dapat diabdikan ke masyarakat.

DAFTAR REFERENSI

- [1] Amnah, A., Indera, I., Pebrina, P., Halimah, H., Jaya, I., & Agustina, F. (2021, September). Peningkatan Ekonomi Bagi Kelompok Ibu-Ibu Tenaga Kerja Outsourcing Melalui Pelatihan Pembuatan Masker. In *Prosiding Seminar Nasional Darmajaya* (Vol. 1, pp. 18-21).
- [2] Ayutiani, D. N., Primadani, B., & Putri, S. (2018). Penggunaan Akun Instagram Sebagai Media Informasi Wisata Kuliner. *Jurnal Ilmiah Ilmu Hubungan Masyarakat*, no. 3(1): 39–59.
- [3] Cahyono, A. S. (2016). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, no. 9(1): 140–157.
- [4] Halimah, H., Saleh, S., & Swissia, P. (2019). Pemberdayaan Napi Perempuan Lapas Way Hui Melalui Kerajinan Rajutan Dan Perhitungan Penentuan Harga Jual Produk. *Aptekmas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2).
- [5] Halimah, H., & Lilyana, B. (2021, September). Pelatihan Pembuatan Video Pembelajaran Menggunakan Bandicam Dalam Masa New Normal Bagi Guru SDIT Insantama. In *Prosiding Seminar Nasional Darmajaya* (Vol. 1, pp. 1-6).
- [6] Desa Way Kalam, 2016, Profile Desa Way Kalam, <https://waykalam.smartvillage.co.id/artikel/2016/8/26/sejarah-desa> , diakses tanggal 08 Maret 2022.
- [7] Universitas Brawijaya, 2018, Buku Pedoman Penulisan Laporan, <http://manajemen.feb.uab.ac.id/pskwu/wp-content/uploads/2018/10/PEDOMAN-KKNP2018.pdf>, Diakses tanggal 09 Maret 2022.
- [8] Tabroni, & Komarudin, M. (2021). Strategi Promosi Produk Melalui Digital Marketing Keputusan Konsumen. *Jurnal Riset Entrepreneurship*, no. 4(1): 49–57. <https://doi.org/10.30587/jre.v4i1.2217>



-
- [9] Yunus, H., Saleh, S., & Swissia, P. (2019). Pengembangan Dan Pelatihan E-Commerce Hasil Kerajinan Napi Perempuan Lapas Way Hui Bandar Lampung. *Jurnal Publika Pengabdian Masyarakat*, 1(02), 35-42.
- [10] Abdullah,thamrindan francis tantri,2016.manajemen pemasaran.jakarta;rajawalipers <https://www.nielsen.com/us/en/solutions/capabilities/digital-ad-Ratings/?gclid=cjwKCAjwndckbh-ekiWA-5aw.ds>



HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN