
Peningkatan Produktivitas Usaha Melalui Pemanfaatan Digital Marketing pada Emping Ketan Lumintu Kelurahan Sendangmulyo

Increasing Business Productivity Through the Utilization of Digital Marketing at Emping Ketan Lumintu, Sendangmulyo Village

Nurul Juwariyah^{1*}, Nur Hasanah², Titi Purbo Sari²

^{1,2,3} Universitas Semarang, Indonesia

Email : Nurul.juwariyah@usm.ac.id¹

Article History:

Received: November 30, 2024;

Revised: Desember 30, 2024;

Accepted: Januari 27, 2025;

Online Available: Februari 04, 2025;

Keywords:

digital platform, social media, packaging, SMEs

Abstract: *One of the MSMEs in Sendangmulyo Village is the LUMINTU Sticky Rice UMKM in Sendangmulyo Village, Tembalang District, Semarang. MSMEs still use traditional marketing strategies so that marketing reach is still not wide enough and businesses are less developed. Likewise with the UMKM Emping Ketan Lumintu which until now has not been able to sell maximum products. MSME managers still have limited knowledge of using social media marketing as a marketing tool, conducting marketing and making transactions online. The target of this community service program is the Emping Ketan Lumintu MSME Business actors. The method used in carrying out this service activity is: Counseling and training activities for Emping Ketan Lumintu MSME Business Actors by utilizing the Digital platform to promote their business, so that it is hoped that visitors will increase and can increase sales turnover. In this way, it is hoped that partners will be able to carry out marketing activities better. The output that will be produced in this community service program activity is an increase in the ability to use digital platforms for business marketing by Emping Ketan Lumintu MSMEs using social media Instagram, improvements in product packaging, and the use of digital sales receipts. With this, it is hoped that it will support product sales using digital marketing tools.*

Abstrak

Salah satu UMKM yang ada di Kelurahan Sendangmulyo ini adalah UMKM Emping Ketan LUMINTU di Kelurahan Sendangmulyo, Kecamatan Tembalang, Semarang. UMKM masih menggunakan strategi pemasaran tradisional sehingga jangkauan pemasaran masih kurang luas dan usaha kurang berkembang. Begitu juga dengan UMKM Emping Ketan Lumintu yang sampai saat ini masih belum dapat melakukan penjualan produk yang maksimal. Pengelola UMKM masih memiliki pengetahuan terbatas memanfaatkan pemasaran media sosial sebagai sarana pemasaran, melakukan pemasaran dan bertransaksi secara online. Target program pengabdian kepada masyarakat ini adalah pelaku Usaha UMKM Emping Ketan Lumintu. Metode yang digunakan dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian ini adalah: Kegiatan penyuluhan dan pelatihan kepada Pelaku Usaha UMKM Emping Ketan Lumintu dengan memanfaatkan platform Digital dalam mempromosikan usahanya, sehingga diharapkan pengunjung akan meningkat serta dapat menaikkan omset penjualan. Dengan demikian diharapkan mitra nantinya akan mampu melakukan kegiatan pemasaran dengan lebih baik. Luaran yang akan dihasilkan dalam kegiatan program pengabdian kepada masyarakat ini adalah dengan adanya peningkatan kemampuan dalam penggunaan platform digital untuk pemasaran usaha oleh UMKM Emping Ketan Lumintu dengan menggunakan sosial media instagram, perbaikan dalam packaging produk, serta penggunaan nota digital penjualan. Dengan hal ini maka diharapkan akan menunjang penjualan produk dalam penggunaan sarana *digital marketing*.

Kata Kunci: *platform digital, sosial media, packaging, umkm*

1. PENDAHULUAN

Kelurahan Sendangmulyo merupakan sebuah kelurahan yang berada di Kecamatan Tembalang, Kota Semarang, Jawa Tengah. Kelurahan Sendangmulyo merupakan salah satu dari 12 Kelurahan yang ada di Wilayah Kecamatan Tembalang Kota Semarang, yang berjarak

kurang lebih 3 Km dari Ibu Kota Kecamatan dan kurang lebih 11 Km dari Pusat Pemerintahan Kota Semarang. UMKM paling berdampak pada krisis ekonomi (Latham, 2009) pada masa pandemic UKM berdampak langsung, karena UMKM memerlukan jaringan yang kuat baik pelanggan dan pemasok (Adam & Alarifi, 2021). Untuk dapat mempertahankan usaha pengelola UMKM harus mencari strategi bagi keberlanjutan usahanya. Perencanaan strategi pemasaran merupakan hal yang penting bagi usaha kecil dalam mengatasi perubahan lingkungan eksternal agar dapat mempertahankan operasinya. Usaha kecil harus berupaya melakukan pengembangan pasar dan mencari peluang pasar baru agar dapat bertahan dan tumbuh lebih baik (Donnelly et al., 2012) .

Pemasaran media sosial merupakan satu strategi yang dapat digunakan agar UMKM dapat memasarkan produknya pada jangkauan yang luas. Untuk bisa lebih mendekati dengan pelanggan secara fleksibel, UKM perlu memperluas jaringan melalui penggunaan pemasaran media social (Sudarwati & Eka, 2013). Media sosial telah banyak digunakan masyarakat terutama untuk mencari informasi, berbagi informasi, hiburan serta melakukan interaksi (Whiting & Williams, 2013). Bagi pengelola usaha penggunaan media sosial digunakan sebagai alat bantu berkomunikasi dengan cara memperkenalkan dan menjual produknya (Moriansyah, 2015). Saat ini peran media sosial sangat penting bagi usaha kecil sebagai alat pemasaran produk dan menciptakan hubungan pelanggan (Istanto et al., 2020).

Media sosial merupakan alat yang paling banyak digunakan masyarakat dari berbagai latar belakang, dan merupakan alat pemasaran yang paling ampuh, karena mampu berinteraksi kepada masyarakat luas, mampu menawarkan produk yang dihasilkan UKM dengan biaya yang rendah (Sadiyah et al., 2020). Pengelola usaha hendaknya memanfaatkan peluang menggunakan media sosial sebagai alat pemasaran karena terkendala oleh keterbatasan modal dan waktu (Istanto et al., 2020). Bagi pengelola UMKM penggunaan media sosial dalam pemasaran merupakan alat yang dapat mengembangkan komunikasi dan membina hubungan dengan pelanggan dengan biaya terendah (Taneja & Toombs, 2014).

Salah satu UMKM yang ada di Kelurahan Sendangmulyo ini adalah UMKM Emping Ketan LUMINTU. Usaha Emping ketan ini didirikan oleh ibu Theresia Rahayu yang berlokasi di Jl. Bukit Anyelir 4 no.296, Kelurahan Sendangmulyo, Kecamatan Tembalang, Semarang. Ibu Theresia memulai usaha Emping ketan Lumintu ini sudah lebih dari 10 tahun. Emping ketan merupakan olahan camilan yang berbahan dasar dari beras ketan yang diolah dengan bumbu-bumbu dan kemudian dijemur sampai kering.

Prioritas kebutuhan bagi pengelola UMKM untuk menambah omset penjualannya adalah meningkatkan jangkauan pemasaran yang lebih luas dengan menggunakan pemasaran secara

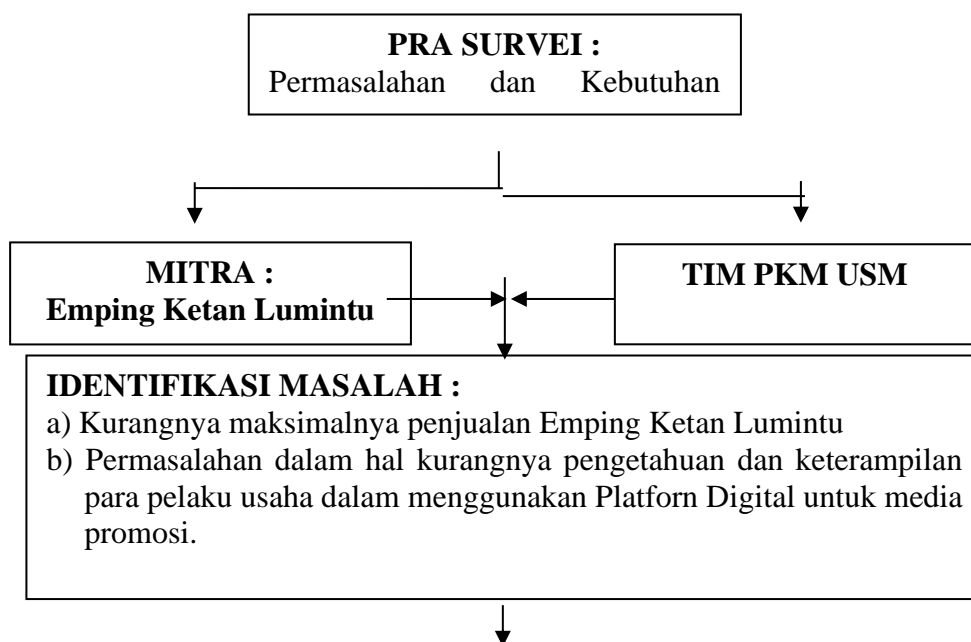
online khususnya pemasaran dengan media sosial. UMKM seharusnya memanfaatkan internet sebagai alat komunikasi pemasaran, karena dengan penggunaan media tersebut akan meningkatkan jangkauan pengenalan produk pada masyarakat, meningkatkan penjualan dan produktivitas, lebih lanjut akan berdampak pada kontinuitas hasil pemasaran produk akan lebih sukses dan berkembang (Hadi & Zakiah, 2021) .

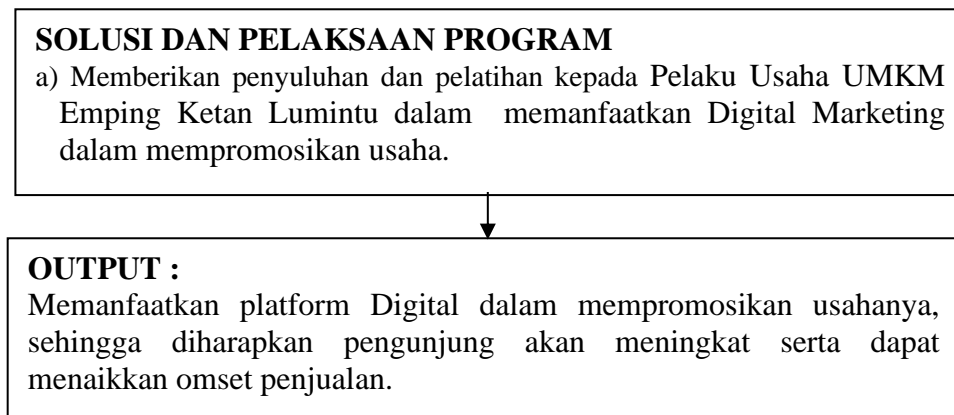
Sekarang ini dapat dikatakan bahwa internet merupakan kebutuhan bagi sebagian besar masyarakat. Hawangga DF dan Utama (2020) menyatakan bahwa para pelaku bisnis perlu mengoptimalkan pemasaran online dan *digital branding* sebagai sarana komunikasi dengan target konsumennya. Dalam penelitian yang dilakukan Maulidasari dkk (2020) menyatakan bahwa jangkauan calon konsumen pada pemasaran online lebih luas, sehingga lebih menguntungkan karena hanya membutuhkan biaya pemasaran yang relatif lebih murah dibanding pemasaran offline.

Pemasaran digital atau disebut dengan digital marketing adalah suatu usaha atau metode untuk memasarkan sebuah merek atau produk dengan menggunakan media pendukung dalam bentuk digital. Era revolusi industry 4.0 dan society 5.0 strategi pemasaran digital sangat berperan dalam membangun jaringan, komunikasi dengan konsumen dan memperkenalkan produk. Dimasyarakat, platform digital yang umum digunakan yaitu website, email marketing, maupun sosial media seperti (facebook, instagram, whatsapp, dll), atau dengan menggunakan e-commerce (bukalapak, tiktok, tokopedia, shopee).

2. METODE

Gambaran metode dan alur kegiatan yang dilakukan dalam pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) dapat dilihat dari bagan di bawah ini :





Gambar 1. Metode dan alur kegiatan PKM

Metode yang digunakan dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian ini adalah sebagai berikut :

Memberikan penyuluhan dan pelatihan kepada pelaku usaha UMKM Emping Ketan Lumintu untuk memanfaatkan platform digital dalam mempromosikan usahanya. Dengan kemampuan dalam pemanfaatan platform digital sebagai media untuk promosi, maka diharapkan pengunjung akan meningkat serta dapat menaikkan omset penjualan.

1. Penyuluhan dan pelatihan

Kegiatan penyuluhan dan pelatihan kepada Pelaku Usaha UMKM Emping Ketan Lumintu memanfaatkan platform Digital dalam mempromosikan usahanya, sehingga diharapkan pengunjung akan meningkat serta dapat menaikkan omset penjualan.

2. Evaluasi hasil kegiatan :

Evaluasi kegiatan dilakukan untuk mengetahui kemampuan peserta dalam memahami tentang kegiatan pemahaman oleh mitra mengenai kegiatan pkm yang dilakukan. Evaluasi juga dilakukan untuk kegiatan pemasaran awal yang dilakukan dalam memperkenalkan produk kepada masyarakat luas melalui penggunaan platform digital. Dengan demikian diharapkan mitra mampu melakukan kegiatan pemasaran dengan baik.

3. HASIL

Kegiatan Pengabdian Masyarakat (PKM) yang dilakukan oleh Tim dilaksanakan pada hari senin, tanggal 16 Desember 2024 di UMKM Emping Ketan Lumintu, Kelurahan Sendangmulyo, Kecamatan Tembalang Semarang, dengan rangkaian kegiatan acara dan materi Pengabdian kepada Masyarakat yang disampaikan oleh Nurul Juwariyah,SE.,MM, Nur

Hasanah, SE.,MM dan Titi Purbo Sari, SE.,M.Si dari jurusan manajemen dan akuntansi fakultas Ekonomi. Peserta sangat antusias dalam kegiatan Pengabdian kepada masyarakat ini.

Rangkaian kegiatan mengenai Peningkatan Produktivitas Usaha Melalui Pemanfaatan Digital Marketing Pada Produk Emping Ketan Lumintu Kelurahan Sendangmulyo adalah sebagai berikut:

1. Sesi Pertama,

Dalam kegiatan Penyuluhan dan pelatihan kepada UMKM Emping Ketan Lumintu ini dilakukan dalam hal pemanfaatan platform digital dalam pemasaran usaha. Materi mengenai Pemanfaatan platform digital ini disampaikan Tim pengabdian Nurul Juwariyah, SE, MM. Para peserta awalnya belum dapat menyadari dan memotivasi untuk dapat melakukan dan mengembangkan usaha dengan media digital. Meskipun ada beberapa yang menggunakan media sosial tetapi hanya terbatas pada penggunaan aplikasi Whatsapp saja. Sehingga dengan kegiatan ini, para peserta untuk selanjutnya dapat melakukan kegiatan pemasaran dengan lebih optimal. Yaitu menggunakan platform digital yang lainnya, sehingga jangkauan pemasaran produk menjadi lebih luas dan efektif.

Sosialisasi disampaikan mengenai pemanfaatan platform digital dengan menggunakan Whatsapp, menggunakan aplikasi gofood, grabfood, dan marketplace shopee, dan instagram. Dalam praktek yang dilakukan, mitra lebih memilih untuk penggunaan instagram sebagai media promosi produk dalam pemanfaatan digital marketing. Sebagai sarana penunjang promosi produk juga diberikan sosialisasi dan pelatihan mengenai packaging produk yang baik dan aman dengan menggunakan kemasan yang lebih baik dan menarik untuk produk emping ketan Lumintu. Selanjutnya mitra juga diberikan pemahaman mengenai pentingnya pengurusan NIB (Nomor Induk Berusaha) dalam kaitannya dengan legalitas usaha yang dijalankan.

2. Kegiatan selanjutnya pada Sesi kedua,

disampaikan oleh Tim pengabdian Titi Purbo Sari,SE,MM dan Nur Hasanah,SE,MM. dalam materi mengenai Strategi UMKM. Tim menyampaikan materi mengenai pentingnya memahami lingkungan bisnis dan bagaimana cara menghadapi persaingan bisnis di era digital sekarang. Oleh karena itu para pelaku usaha diharapkan dapat memahami dan dapat mengevaluasi mengenai permasalahan yang selama ini dihadapi. Sehingga dapat memiliki beberapa alternatif rencana penyelesaiannya dalam kaitannya dengan pemanfaatan platform media digital. Sebagai penunjang kegiatan promosi yang dilakukan, Mitra umkm diberikan pelatihan dalam pembuatan nota penjualan digital yang lebih baik, lebih praktis dan mudah

digunakan. Hal ini diharapkan dapat menjadi sarana yang melengkapi kemampuan mitra dalam pemanfaatan digital marketing secara efektif.

Tabel.1 Hasil Program pengabdian

No	Program Pengabdian	Hasil Wawancara
1	Penyuluhan dan sosialisasi mengenai pembuatan dan penggunaan sistem pemasaran digital Marketing dengan memanfaatkan platform digital.	Ada peningkatan pengetahuan tentang sarana pemasaran digital menggunakan platform digital melalui internet, beberapa Media Sosial dan <i>E-Commerce</i> .
2	Pelatihan dan Pendampingan dalam pembuatan dan penggunaan sistem Digital Marketing terutama tentang Pemasaran Online dan Digital Branding melalui platform digital melalui internet, beberapa Media Sosial dan <i>E-Commerce</i> .	Mitra dalam kegiatan PKM ini mulai mampu meningkatkan ketrampilan dan penggunaan platform digital dalam meningkatkan usaha bisnis. Kegiatan pemasaran dilakukan menggunakan media sosial Instagram.
3	Penyuluhan dan sosialisasi mengenai Legalitas Usaha dengan Menginformasikan pentingnya pengurusan NIB (Nomor Induk Berusaha).	Mitra dalam kegiatan PKM ini mulai mengetahui dan memahami mengenai pentingnya pengurusan NIB sebagai Legalitas Usaha Melalui OSS (Online Single Submission) atau Perizinan Terintegrasi Elektronik.
4	Pelatihan dan penggunaan aplikasi Keuangan Digital dalam pembuatan Nota penjualan.	Mitra dalam kegiatan PKM ini mulai mampu meningkatkan ketrampilan dan penggunaan Nota Penjualan Digital.

4. DISKUSI

Kegiatan pelatihan dan pendampingan dilakukan dengan mengaplikasikan penggunaan platform digital. *Digital marketing* adalah segala upaya untuk melakukan pemasaran suatu produk dan jasa melalui media internet. Pemasaran dalam internet marketing bukan hanya untuk meningkatkan penjualan, tapi juga termasuk promosi produk dan jasa baru, branding, dan membina hubungan dengan pelanggan. Pengguna sosial media yang terus meningkat untuk berbagai keperluan seperti sarana komunikasi, berkumpulnya komunitas bahkan sebagai media mencari informasi, kini juga semakin dioptimalkan pengusaha sebagai sarana promosi bisnis mereka. Selain itu, sosial media *marketing* juga digemari karena dapat dilakukan dengan biaya minim bahkan gratis.

Pemilihan media Pemasaran ini juga merupakan alternatif yang banyak dipilih oleh mitra, karena dianggap lebih efektif. Dari UMKM Emping Ketan Lumintu ini, diharapkan mampu untuk memaksimalkan dan memperluas jangkauan pemasaran produk usahanya sehingga dapat meningkatkan omset penjualan yang mereka dapatkan. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat untuk pembuatan dan penggunaan pemasaran online melalui internet,

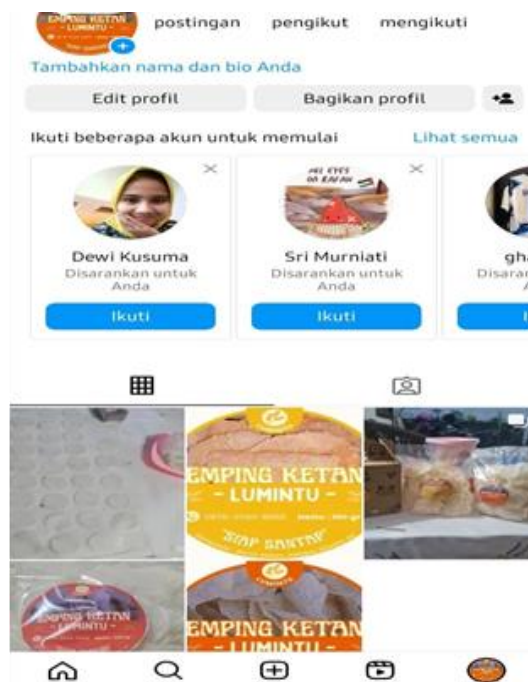
Media sosial dan e commerce pada (pelaku) UMKM Emping Ketan Lumintu Semarang telah berjalan dengan lancar. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini para peserta (pelaku) UMKM sangat antusias menyimak penyuluhan dan pelatihan pembuatan akun beberapa media sosial, E- Commerce, dan aplikasi keuangan digital Melalui nota penjualan digital.



Gambar 2. Kegiatan Pengabdian Masyarakat Pada UMKM Emping Ketan Lumintu



Gambar 3. Kegiatan penyuluhan dan pelatihan penggunaan packaging produk



Gambar 4 .Penggunaan Sosial Media Instagram untuk Pemasaran Produk

5. KESIMPULAN

Dari hasil pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat melalui kegiatan Peningkatan Produktivitas Usaha Melalui Pemanfaatan Digital Marketing Pada Produk Emping Ketan Lumintu Kelurahan Sendangmulyo, dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Terjadi peningkatan pengetahuan dari pelaku usaha Emping Ketan Lumintu dalam pembuatan dan penggunaan sistem digital marketing dengan memanfaatkan sosial media instagram. Dengan demikian jangkauan pemasaran menjadi lebih luas sehingga dapat meningkatkan omset penjualan.
2. Dalam kegiatan Pelatihan dan Pendampingan yang dilakukan oleh Tim PKM Universitas Semarang ini sangat bermanfaat dan membantu bagi mitra. Mitra mulai mampu untuk melakukan pembuatan packaging yang lebih aman untuk produk, lebih baik dan menarik.
3. Mitra mulai mengerti dan menyadari pentingnya legalitas usaha Melalui pengurusan NIB (Nomor Induk Berusaha).
4. Mitra kegiatan Pengabdian Masyarakat ini mulai dapat menggunakan nota digital penjualan yang lebih praktis guna untuk menunjang penjualan produk khususnya secara online.

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Ucapan terimakasih penulis sampaikan kepada seluruh pihak yang terlibat dalam kegiatan pengabdian Kepada Masyarakat ini, dan kepada umkm Emping Ketan Lumintu. Terimakasih kepada LPPM Universitas Semarang yang telah memfasilitasi kegiatan ini.

DAFTAR REFERENSI

- Adam, N. A., & Alarifi, G. (2021). Innovation practices for survival of small and medium enterprises (SMEs) in the COVID-19 times: the role of external support. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 10(1). <https://doi.org/10.1186/s13731-021-00156-6>
- Hanim, L., Soponyono, E., & Maryanto, M. (2022). Pengembangan UMKM Digital di Masa Pandemi Covid-19. *Prosiding Seminar Nasional Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 30–39. <https://doi.org/10.24967/psn.v2i1.1452>
- Hawangga DF dan Utama. (2020). Membangun Pemasaran Online dan Digital Branding Ditengah Pandemi Covid-19. *Jurnal Ecoment Global*. Vol.2 Edisi Agustus.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong, 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 12. Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Maulidasari CD dan Damrus. (2020). Dampak Pemasaran Online Di Era Covid-19. *Jurnal Bisnis dan Kajian Strategi Manajemen*. Vol.4 No.2.

Musnaini.2020. Digital Marketing. Penerbit CV. Pena Persada. Banyumas. ISBN: 978-623-6688-37-3.

Rosita, R. (2020). Pengaruh Pandemi Covid-19 Terhadap Umkm Di Indonesia. *Jurnal Lentera Bisnis*, 9(2), 109. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v9i2.380>

Suyadi, Syahdanur, & Suryani, S. (2018). Analisis pengembangan usaha mikro kecil dan menengah di Kabupaten Bengkalis Riau. *Jurnal Ekonomi KIAT*, 29(1), 1–10.

Tjiptono, Fandy, 2008. *Strategi Pemasaran*, Edisi 3, ANDI:Yogyakarta.