



## Peran Perkembangan Teknologi Digital pada Strategi Pemasaran dan Jalur Distribusi UMKM di Desa Gading Wetan

Zida Afkarina<sup>1\*</sup>, Wardatul Hasanah<sup>2</sup>, Ifdatul Ilmiah<sup>3</sup>, Wulan Nur Hidayah<sup>4</sup>, Sil Silatul Widada<sup>5</sup>, Yuliana<sup>6</sup>, Khoirun Nisa<sup>7</sup>

<sup>1-7</sup> Universitas Islam Zainul Hasan Genggong

\* Korespondensi Penulis. Email: [afkarinahzida@gmail.com](mailto:afkarinahzida@gmail.com)

### Abstrak

UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) di Indonesia menjadi salah satu sektor usaha yang cukup mendominasi dijalankan oleh pelaku usaha. Salah satunya adalah UMKM yang berada di desa Gading Wetan, dengan sumber bahan pisang yang diolah menjadi keripik pisang sebagai bahan jajanan yang disukai oleh semua kalangan. Mudah-mudahan dalam proses pengolahan serta ketersediaan bahan pisang menjadi salah satu faktor pelaku usaha di desa gading wetan memproduksinya. Tentu sangat diharapkan hasil produksi keripik pisang yang dihasilkan dapat bersaing dan diterima oleh kalangan masyarakat. Namun, UMKM mengalami tantangan dalam menghadapi persaingan digitalisasi di bidang bisnis agar mampu bertahan ditengah persaingan. Maka dari itu, tujuan penelitian ini adalah mengidentifikasi strategi pengembangan digitalisasi UMKM di Gading Wetan. Mempertahankan harga dan kualitas produk, memperluas wilayah pemasaran, meningkatkan jumlah produksi, membuat desain kemasan lebih menarik untuk para konsumen, memanfaatkan perkembangan teknologi sebagai sarana promosi, meningkatkan modal usaha untuk memperluas wilayah pemasaran dan menambah jumlah produksi. Dalam prosesnya peneliti memberitahu cara membuat akun media sosial berupa whatsapp dan instagram serta cara membuat iklan menarik bagi pembeli berupa gambar, narasi, video, dan lainnya kepada pihak UMKM setempat. Hasilnya menunjukkan beberapa pelaku usaha mampu secara aktif menggunakan dan menciptakan media sosial sebagai alat promosi.

**Kata Kunci:** UMKM, Strategi Pemasaran dan Tekhnologi Digital

### Abstract

UMKM (Micro, Small and Medium Enterprises) in Indonesia are one of the business sectors that are quite dominating run by business actors. One of them is UMKM located in Gading Wetan village, with a source of banana ingredients that are processed into banana chips as snack ingredients that are liked by all circles. The ease of processing and the availability of banana ingredients are one of the factors for business actors in the ivory wetan village to produce them. Of course, it is hoped that the production of banana chips produced can compete and be accepted by the public. However, UMKM are experiencing challenges in facing digitalization competition in the business sector in order to survive in the midst of competition. Therefore, the purpose of this study is to identify the strategy for developing the digitalization of UMKM in Gading Wetan. Maintaining product prices and quality, expanding marketing areas, increasing the amount of production, making packaging designs more attractive to consumers, utilizing technological developments as a means of promotion, increasing business capital to expand marketing areas and increasing the number of productions. In the process, researchers told how to create social media accounts in the form of Whatsapp and Instagram and how to create attractive advertisements for buyers in the form of images, narratives, videos, and others to local UMKM. The results show that some business actors are able to actively use and create social media as a promotional tool.

## **PENDAHULUAN**

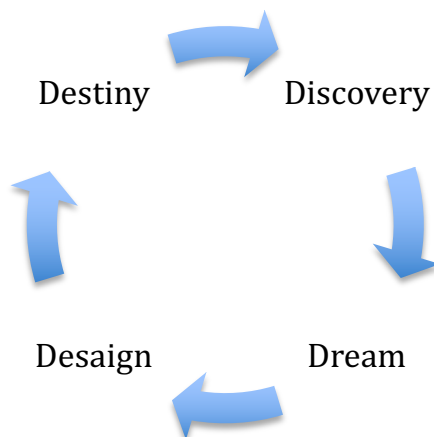
Latar belakang adanya penelitian ini bermula dari dilaksanakannya kegiatan KKN oleh kampus Universitas Islam Zainul Hasan Genggong yang ditempatkan di Desa Gading Wetan. Kegiatan KKN yang dilaksanakan oleh mahasiswa semester VI dari semua prodi yang ada di naungan Universitas Islam Zainul Hasan Genggong. Kegiatan KKN tersebut berbasis PKM yang ditempatkan di Masjid Jawahirul Ma'ani Desa Gading Wetan. Untuk aset di Desa Gading Wetan sangat banyak, namun aset yang paling menonjol dari semua aset tersebut yaitu aset UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah). Maka dari itu peneliti lebih memilih fokus terhadap aset UMKM tersebut sehingga peneliti memilih judul tentang Peran Perkembangan Teknologi Digital Pada Strategi Pemasaran dan Jalur Distribusi UMKM di Desa Gading Wetan.

Pengelolaan aset yang tidak dimanfaatkan dengan baik tentu saja akan mempengaruhi kekayaan aset yang dimiliki oleh masyarakat Desa Gading Wetan itu sendiri baik aset alam, aset personal, maupun aset-aset lainnya yang kurang maksimal pengelolaan maupun pemanfaatannya. Pernyataan tersebut menjadi hambatan terbesar bagi kemajuan Desa Gading Wetan itu sendiri. Dengan adanya beberapa aset tersebut kami lebih mengoptimalkan dan mengembangkan pemasaran UMKM masyarakat sekitar. Mengembangkan UMKM membutuhkan langkah-langkah dan strategi yang tepat. Karena banyak UMKM yang berdiri namun usahanya tidak berkembang, mengalami kerugian, dan bahkan berakhir dengan ditutupnya usaha.

Berdasarkan observasi yang kami lakukan, kami memilih aset berupa produksi rumahan keripik pisang karena termasuk salah satu aset yang berada di Dusun Krajan, Desa Gading Wetan. Usaha ini memerlukan strategi baru untuk mengembangkan usahanya. Sejauh ini proses pengembangan masih kurang efisien, terlihat dari kemasan yang kurang menarik dan tidak adanya label di kemasan. Berdasarkan analisis situasi hasil observasi, maka kelompok kami berusaha merancang program kerja yang diharapkan dapat menjadi stimulasi awal bagi pengembangan produksi keripik.

## **METODE**

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode pendekatan Asset Based Community Development (ABCD) dalam menemukan serta memobilisasi aset. ABCD merupakan sebuah pendekatan dalam pengembangan masyarakat yang berada dalam aliran besar mengupayakan terwujudnya sebuah tatanan kehidupan sosial dimana masyarakat menjadi pelaku dan penentu upaya pembangunan di lingkungannya atau yang seringkali disebut dengan community-driven development (cdd). Dalam bagian ini metode menemukan aset yang ditampilkannya ialah Penemuan Apresiatif Dusun Posong Lor Desa Wringinanom. Appreciative Inquiry (AI) adalah cara yang positif untuk melakukan perubahan organisasi berdasarkan asumsi yang sederhana yaitu bahwa setiap organisasi memiliki sesuatu yang dapat bekerja dengan baik, sesuatu yang menjadikan organisasi hidup, efektif dan berhasil, serta menghubungkan organisasi tersebut dengan komunitas dan stakeholdernya dengan cara yang sehat. Berikut merupakan gambar proses AI yang ditunjukkan pada gambar dibawah ini:



Gambar 1 : Siklus dan Tahapan Perencanaan Program Berdasarkan 4-D

1. Discovery (Mengungkapkan Informasi)

Selanjutnya ialah tahap discovery atau proses pencarian yang mendalam tentang hal-hal positif. Adapun langkah yang kami lakukan ialah mengungkap dan mengapresiasi sesuatu yang memberi kehidupan dan energy kepada orang, pekerjaan dan komunitas masyarakat melalui penggalian asset yang dilakukan. Penggalian asset yang dilakukan berkaitan dengan informasi dari keadaan desa, potensi desa, dan kehidupan masyarakat yang terjadi melalui observasi langsung saat di lapangan. Berdasarkan observasi tersebut kami menemukan banyak asset, beberapa asset diantaranya: Asset Alam, asset fisik, asset sosial, asset institusi, asset spiritual, asset personal.

Dari beberapa asset diatas, salah satu aset yang kami pilih untuk menjadi fokus kami untuk menyusun program kerja ke depannya adalah asset personal. Asset personal yang menjadi fokus kami nantinya yaitu peningkatan home industri (Kripik) di Desa Gading Wetan. Dalam mengembangkan asset personal yang kami temukan, tentunya ada beberapa problema kami seperti belum adanya label, kurangnya ketenagakerjaan, pemasarannya belum maksimal. Dari permasalahan yang muncul dari aset tersebut, maka kami KKN Kelompok 39 memutuskan untuk membantu mengembangkan pemasaran dengan cara online maupun offline (ikut berpartisipasi). Besar harapan kami dengan membantu mengembangkan pemasaran produk tersebut hingga dapat dikenal oleh orang di luar Desa Gading Wetan bahkan hingga luar Kabupaten Probolinggo.

2. Dream

Dream bisa dikatakan sebagai mimpi, impian, gambaran serta harapan yang diinginkan oleh setiap warga masyarakat dan menggambarkan setiap hal yang mereka inginkan. Pada tahap ini kami mengeksplorasi harapan dan impian kami untuk pencapaian kehidupan produsen. Dalam tahapan ini kami mewawancarai produsen tentang mimpi yang beliau inginkan demi kehidupan yang sejahtera dan mampu membangun jiwa kewirausahaan.

3. Design (Mengetahui dan mengidentifikasi)

Tahap ketiga adalah tahap design, pada tahap ini kami sudah mulai merumuskan strategi untuk mencapai mimpi produsen. Melalui tahap ini kami sedikit demi sedikit mengeksekusi impian menjadi kenyataan. Untuk itu dalam mewujudkan perubahan yang diharapkan (dream) perlu melakukan beberapa hal berikut: Tahap pertama, koordinasi bersama ibu produsen, Hal ini tentunya juga menjadi jembatan dalam memfasilitasi segala impian yang diharapkan agar bisa terlaksana dengan optimal demi kemajuan asset personal yang ada di desa gading wetan. Tahap kedua, dipilihnya keputusan dari hasil musyawarah bersama anggota kelompok KKN dan juga produsen, dalam hal ini kami melihat sekaligus praktek dalam proses pembuatan kripik pisang dan talas yang di produksi oleh ibu Kholifah. Dari adanya kegiatan tersebut kami dapat

mengetahui keluhan mengenai kurangnya keterampilan produsen dalam proses pembuatan keripik pisang dan talas.

4. Tahap Destiny

Setelah mengetahui aset dan potensi yang dimiliki maka langkah selanjutnya adalah destiny. Destiny yaitu kepastian bahwa produsen benar-benar melaksanakan rencana berdasarkan potensi yang dimiliki untuk mewujudkan impian dan harapan. Desa Gading Wetan memiliki banyak aset yang bisa dikembangkan untuk kemajuan desa, diantaranya adalah aset alam, aset fisik, aset sosial, aset institusi, aset spiritual, aset personal, namun yang menjadi perhatian lebih oleh kami (kelompok KKN) adalah aset personal dimana tidak sedikit warga Desa memiliki banyak usaha. Salah satu usahanya yaitu produksi kripik, dimana usaha ini merupakan usaha pencaharian utama dari Ibu Kholifah. Dan berdasarkan musyawarah dari pemilik bersama mahasiswi KKN Unzah 39 akan mendampingi proses pemasaran online yang akan dilakukan oleh pemilik usaha agar pemasarannya meningkat. Dan juga agar usahanya dapat menguasai pasar lokal dan non lokal.

### HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari beberapa aset yang berpotensi yang ada di Desa Gading wetan yang telah di data, yang menjadi fokus pengembangan aset Masjid Jawahirul Ma'ani ialah aset UMKM berupa home industry yang dimiliki oleh masyarakat Desa Gading Wetan khususnya yang ada di Dusun Krajan yaitu keripik pisang. Permasalahan yang muncul dari aset ini adalah pemasaran produk hasil indutri warga hanya berada dalam kapasitas home industry saja. Dengan begitu kami bermaksud untuk membantu dan memfasilitasi para pelaku usaha agar dapat mengembangkan pemasaran usahanya di pasar lokal.



Gambar 2: foto bersama pemilik usaha keripik pisang



Gambar 3: membantu proses pembuatan keripik pisang



Gambar 4 pemasaran keripik pisang ke pasar lokal

Usaha keripik pisang yang kami pilih sebagai aset adalah usaha kecil yang bergerak dibidang produksi makanan ringan. Membuat usaha keripik pisang ini menjadi pilihan utama untuk memulai usaha. Dalam konsep usaha keripik pisang ini tentunya yang paling ditekankan adalah kualitas. Keripik yang enak, lezat, sehat, bebas kolesterol dan tentunya bersih serta higienis. Tujuan pengolahan pisang menjadi keripik adalah untuk memberikan nilai tambah dan meningkatkan atau memperpanjang kemanfaatan buah pisang.

Prosedur operasional pengolahan keripik pisang terdiri dari beberapa kegiatan meliputi penyiapan bahan baku keripik, penyiapan peralatan dan kemasan keripik pisang, pengupasan dan pengirisan keripik, pencucian dan perendaman keripik, penggorengan keripik pisang, penirisan minyak, pemberian bumbu keripik pisang, pengemasan dan pelabelan keripik serta penyimpanan keripik pisang. Keberhasilan pelaksanaan Kuliah Kerja Nyata yang dilakukan oleh Tim KKN UNZAH dapat diketahui melalui evaluasi secara menyeluruh terhadap pelaksanaan kegiatan KKN diantaranya mitra ikut serta secara aktif dalam tahapan pemecahan masalah, dan meningkatnya pengetahuan serta keterampilan mitra terkait kualitas pisang, produksi keripik pisang, dan pelabelan pada kemasan keripik pisang.

Pelabelan makanan harus mengikuti ketentuan PP No. 69 Tahun 1999 tentang Label dan Iklan Pangan. Pemberian label bertujuan untuk memberi informasi tentang produk dan memberi penampilan yang menarik. Informasi terdiri dari nama produk, daftar bahan yang digunakan, berat bersih, nama produsen, tanggal, bulan, dan tahun kadaluwarsa, nomor registrasi, serta label Halal. Penyimpanan produk akhir sebaiknya dilakukan di ruang yang terpisah dengan ruang penyimpanan bahan baku. Dalam proses pengangkutan dihindarkan dari kerusakan fisik dan pengaruh cahaya sinar matahari langsung untuk mencegah terjadinya proses oksidasi. Apabila semua faktor tersebut dilakukan dengan benar, maka kripik pisang yang dikemas dengan menggunakan plastik propilen dapat bertahan 3 bulan, jika menggunakan alumunium foil bisa mencapai  $\pm 1$  (satu) tahun. Sebab alumunium foil kedap uap air dan oksigen serta sinar ultra violet dari sinar matahari.

Teknologi meningkatkan efisiensi produksi, pemasaran, distribusi, dan proses bisnis secara keseluruhan. Konektivitas yang terbangun memungkinkan banyak pelaku usaha terhubung dengan modal dan saluran pasar baru. Dalam hal ini, dijelaskan jenis pemasaran digital yang menggunakan pendekatan baru dalam pemasaran untuk membantu pemasar memprediksi dan mengelola dampak teknologi. Konsep tersebut memadukan interaksi online

dan offline antara pengelola dan pelanggan karena pada kenyataannya sentuhan offline menjadi titik pembeda yang kuat ketika dunia online berkembang.

#### **SIMPULAN**

Berdasarkan hasil dari kegiatan pemberdayaan masyarakat dapat disimpulkan bahwa masyarakat sangat antusias mengikuti kegiatan pemasaran produk keripik pisang melalui pasar lokal. Mulai dari pengenalan produk keripik pisang, strategi pemasaran, sampai pada pelatihan pengemasan keripik pisang sebelum di kirim ke konsumen, Kegiatan pemasaran produk yang dilakukan di desa Gading Wetan kecamatan Gading kabupaten Probolinggo menambah wawasan dan keterampilan masyarakat desa dalam memasarkan produknya melalui pasar lokal, memanfaatkan aset tersebut sehingga menjadi salah satu aset yang dapat mencukupi kebutuhan sehari-hari, sehingga dapat menuju desa yang mandiri dalam hal ekonomi.

Hasil dari penelitian ini dapat digunakan sebagai rujukan strategi dalam memasarkan sebuah produk, baik keripik pisang maupun produk lainnya. Strategi pemasaran melalui pasar lokal merupakan solusi yang tepat dalam jual beli pada umumnya. Namun diperlukan adanya pengembangan secara lebih detail dan mendalam kepada masyarakat terutama masyarakat desa. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat melakukan penelitian pengabdian masyarakat lanjutan mengenai pemberdayaan ekonomi yang dapat mengembangkan aset-aset yang terdapat di desa.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Feni Dwi Anggraeni, Imam Hardjanto, Ainul Hayat. 2021. "Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah Melalui Fasilitasi Pihak Eksternal Dan Potensi Internal (Studi Kasus Pada Kelompok Usaha "Emping Jagung" Di Kelurahan Pandanwangi Kecamatan Blimbing. Kota Malang)." *Jurnal Administrasi Publik (JAP)* 1(6): 1286-95.
- Krisnawati, Devi. 2018. *6 Peran Perkembangan Teknologi Digital Pada Strategi Pemasaran dan Jalur Distribusi UMKM di Indonesia (Studi Kasus: UMKM Kuliner Tanpa Restaurant 'Kepiting Nyinyir')*.
- Shell, Arbelaez-cruce. 2016. 1(3): 1-23.
- Tim Penyusun, Buku Panduan Teknis KKN PKM Berbasis Masjid Dengan Pendekatan Asset-Based Community-Development (ABCD), Universitas Islam Zainul Hasan Genggong (UNZAH) Tahun 2023, (Kraksaan : PKM UNZAH Genggong 2023)