

IMPLEMENTASI PEMBELAJARAN MBKM MELALUI PROYEK INDEPENDEN PENERAPAN PEMASARAN DIGITAL UMKM GRASIMA DALAM MEMPERLUAS JANGKAUAN PEMASARAN

Mokhamad Syamsul Arif¹⁾, Arief Rizki Fadhilah^{2*)}, Windya Oktaviara Santi³⁾,
Salshabilla Devy Rachmaningrum⁴⁾

¹⁾Program Studi Ilmu Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Widyagama Malang

²⁾Program Studi D3 Mesin Otomotif, Universitas Widyagama Malang

³⁾Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Widyagama Malang

⁴⁾Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Widyagama Malang

*Email Korespondensi: arief.rizki.f@widyagama.ac.id

ABSTRAK

Pada Era digital sekarang ini, pemasaran secara konvensional dinilai sudah tidak efektif dalam dunia bisnis. Oleh karena itu, dalam kegiatan Kuliah Pengabdian Masyarakat (KPM) ini, dilakukan sebuah program kerja tentang bagaimana cara untuk meningkatkan jangkauan pemasaran dari salah satu UMKM di kota Malang, yaitu UMKM Grasima, dengan memanfaatkan social media. Hal tersebut bertujuan untuk meningkatkan pendapatan dan memperluas jangkauan pemasaran UMKM Grasima Malang dengan memanfaatkan adanya teknologi informasi dan komunikasi. Hasil dari data yang diperoleh melalui wawancara dan observasi selama proses pelatihan berlangsung, diketahui bahwa pendapatan yang diperoleh UMKM Grasima Malang terbilang rendah. Hal tersebut diindikasikan terjadi karena pemasaran yang masih menggunakan promosi dari mulut ke mulut (offline), sehingga jangkauan pasarnya masih terbatas. Oleh karena itu, Kuliah Pengabdian Masyarakat (KPM) pada kesempatan ini membantu UMKM Grasima menyelesaikan permasalahan yang dihadapi dengan cara membuat akun pada media sosial Instagram dengan pelatihan pengelolaan, foto produk, caption yang informatif, serta tata kelola konten yang menarik. Dengan demikian, UMKM Grasima Malang akan menjadi usaha yang semakin berkembang melalui sistem pemasaran digital.

Kata kunci: UMKM, Pemasaran, Rajutan, Instagram

ABSTRACT

In today's digital era, conventional marketing is considered ineffective in the business world. Therefore, in this Community Service Lecture (KPM), a work program was carried out on how to increase the marketing reach of one of the Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in the city of Malang, namely Grasima, by utilizing social media. It aims to increase revenue and expand the marketing reach of Grasima Malang by utilizing information and communication technology. The results of the data obtained through interviews and observations during the training process, it is known that the income earned by Grasima Malang is relatively low. This is indicated to occur because marketing is still using word of mouth (offline) promotions, so its market reach is still limited. Therefore, the Community Service Lecture (KPM) on this occasion helps Grasima solve the problems they face by creating an account on Instagram social media with management training, product photos, informative captions, and interesting content management. Thus, Grasima Malang will become a growing business through a digital marketing system.

Keywords: MSMEs, Marketing, Knitted, Instagram

PENDAHULUAN

Permasalahan yang paling banyak dihadapi para pelaku UMKM di masa sulit sekarang ini adalah adanya pembatasan akses interaksi secara langsung dengan pembeli,

sehingga berakibat pada menurunnya grafik penjualan. Berdasarkan hasil survei The Fed selaku bank sentral Amerika Serikat, Deputy Bidang Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Kementerian Koordinator Bidang Kemaritiman dan Investasi, Odo R.M Manuhutu menyatakan sebanyak 81 persen pengusaha melaporkan adanya penurunan penjualan produk akibat pandemi Covid-19 [1]. Berdasarkan hal tersebut, digital marketing atau pemasaran digital akan menjadi bagian penting dalam keberlanjutan nasib UMKM yang terdampak [2]. Pemasaran digital adalah suatu bentuk usaha atau kegiatan yang dijalankan oleh tenaga pemasar, baik itu perusahaan maupun individu dalam rangka melakukan pemasaran sebuah produk atau merek, baik itu produk barang maupun produk jasa dengan melalui pemanfaatan teknologi informasi digital, seperti menggunakan media elektronik, maupun menggunakan media berbasis internet [3]. Namun, ada kendala yang dihadapi oleh UMKM, salah satunya adalah pemahaman terkait pemasaran digital yang masih sangat minim. Oleh karena itu, pelatihan pemasaran digital ini diyakini mampu meningkatkan angka penjualan sekaligus memperluas jangkauan usaha.

UMKM yang digandeng kelompok 6 sebagai mitra adalah kelompok rajut Grasima (Griya Rajut Agung Singosari Malang). Grasima adalah komunitas kelompok rajut yang beranggotakan ibu-ibu di Jln. Balai Desa No.7 Kelurahan RanduagungKec.Singosari, Malang yang didirikan pada tahun 2020. Produk yang dihasilkan berupa barang rajutan seperti tas, dompet, gantungan kunci, dan juga menerima custom sesuai permintaan. Berdasarkan potret kondisi eksisting UMKM Grasima, diperoleh gambaran bahwa pemasaran produk rajut Grasima masih secara offline saja melalui stand-stand dan dititipkan di beberapa galeri sehingga jangkauannya tidak luas dan penjualannya masih terbatas.



Gambar 1. Mahasiswa KPM Dengan Mitra Kelompok Rajut Grasima

Persoalan yang dihadapi UMKM Grasima adalah terkait kurangnya jangkauan pemasaran dari produknya karena masih dilakukan secara offline saja. Hal tersebut membuat hasil pencapaian usaha ini belum memenuhi target yang diharapkan, seperti penjualan yang tidak meningkat dan jangkauan yang kurang luas. Proses pelatihan pemahaman pemasaran digital inilah yang kemudian menjadi tugas kami untuk memberikan solusi atas permasalahan tersebut.

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah dijelaskan diatas, kami kelompok 6 Kuliah Pengabdian Masyarakat (KPM) Universitas Widyagama Malang menciptakan solusi untuk permasalahan yang ada pada UMKM Grasima dengan memberikan pelatihan pemasaran digital dengan platform instagram. Hal yang diharapkan setelah adanya akun instagram @grasima_malang adalah semakin luasnya jangkauan bisnis, meningkatnya penjualan, dan pengelolaan manajemen pemasaran yang terstruktur.

METODE PENELITIAN

Metode pelatihan pemasaran digital dalam upaya menyelesaikan permasalahan pada UMKM GRASIMA dapat berjalan sesuai rencana dengan tahapan seperti Gambar 1 berikut.



Gambar 2. Tahapan Metode Pelaksanaan Pembuatan Akun Instagram

1. Perencanaan Program Pelatihan Pemasaran Digital

Untuk tahapan perencanaan sebelumnya tim kami telah mengidentifikasi permasalahan yang dialami oleh UMKM tersebut, dan juga telah melakukan pembentukan kandidat tim. Tim kami juga merencanakan untuk datang setiap 1 minggu sekali ke salah satu rumah ibu - ibu anggota GRASIMA untuk melaksanakan program kerja yaitu membuat akun Instagram sebagai sarana pemasaran digital yang menarik untuk dapat mempublikasikan kerajinan rajutan lebih luas, yang mana digital marketing sangatlah penting bagi pelaku bisnis dan bertujuan untuk meningkatkan pemasaran produk.



Gambar 3. Koordinasi Perencanaan Program Kerja oleh Kelompok

2. Pembuatan Akun Instagram

Tahap ini dilakukan dengan membuat akun sosial media yaitu pada aplikasi Instagram dengan nama @grasima_malang yang dibuat dengan melalui HP agar memudahkan bagi para ibu- ibu untuk memasarkan hasil kerajinan tangan mereka, dan agar lebih menarik konsumen kami juga mengedit hasil foto produk rajutan serta menyiapkan caption yang tepat agar menarik konsumen.

3. Pelatihan dan Penyuluhan Pengelolaan Akun Instagram
Kegiatan Pelatihan dan Penyuluhan ini yaitu dengan mengadakan pertemuan untuk melaksanakan pelatihan management pemasaran kepada ibu - ibu anggota UMKM GRASIMA dengan cara mempraktekkan secara langsung kepada ibu - ibu UMKM GRASIMA supaya meningkatkan pengetahuan mengenai digital marketing sebagai alat untuk menjalankan dan memasarkan bisnisnya, dan juga membantu meningkatkan pengetahuan mengenai digital marketing.
4. Pendampingan dalam Proses Pemasaran Digital
Memonitoring tingkat perbandingan dari perkembangan penjualan produk dan jangkauan usaha saat sebelum dan sesudah beroperasinya akun sosial media Instagram.
5. Pengujian dan Evaluasi
Memberikan ilmu pendidikan beserta ilmu pengetahuan kepada ibu - ibu UMKM GRASIMA terkait tata cara penggunaan dan pemasaran produk melalui sosial media yaitu Instagram, agar penjualan produknya lebih meningkat seperti contoh : rutin membuat video detail produk, maupun testimoni yang dapat menarik konsumen, dan membantu menyelesaikan permasalahan yang dihadapi saat akan meng-upload di instagram, memberikan diskon setiap bulan, dll. Dan melakukan monitoring dalam waktu tertentu sehingga bisa dievaluasi apa saja yang dapat dilakukan untuk kelanjutan usaha kedepannya.

Pembuatan Jadwal

Jadwal pelaksanaan program kerja kami buat dengan tujuan mempermudah proses monitoring sebagai tolak ukur keberhasilan kelompok dalam memberikan solusi pada permasalahan yang dikeluhkan UMKM Grasima.

Tabel 1. Jadwal dalam Pelaksanaan Program Kerja Pemasaran Digital

No.	Keterangan	Minggu			
		I	II	III	IV
1	Perencanaan Program Pelatihan Pemasaran Digital				
2	Pembuatan Akun Instagram				
3	Pelatihan dan Penyuluhan Pengelolaan Akun Instagram				
4	Pendampingan dalam Proses Pemasaran Digital				
5	Pengujian dan Evaluasi				

HASIL DAN PEMBAHASAN

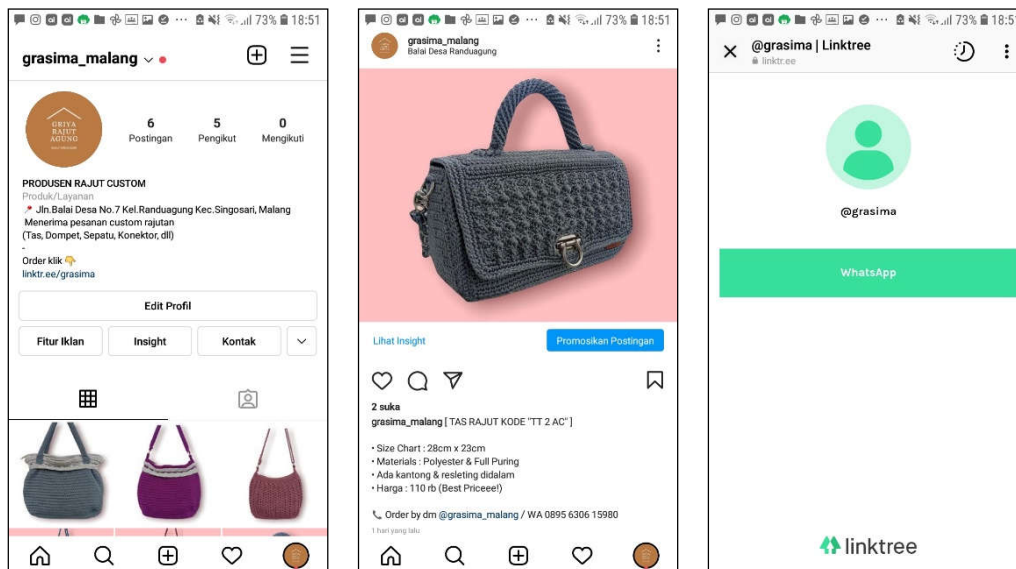
Sesuai dengan yang telah dijelaskan diatas, tujuan dibuatnya akun instagram dan UMKM Grasima yaitu untuk memasarkan dan menaikkan angka penjualan produk Grasima. Program kerja ini diawali dengan perencanaan dan pematangan konten seperti apa yang ingin dibuat untuk akun instagram Grasima agar konsumen tertarik untuk mengunjungi. Selanjutnya adalah pengaturan atau desain tampilan akun sosial media semenarik mungkin dan mudah dijangkau oleh semua kalangan serta melakukan foto produk untuk kemudian diimplementasikan pada akun instagram tersebut. Setelah semua aspek terselesaikan selanjutnya menyiapkan untuk kemudian di posting di akun instagram @grasima_malang.

Hasil yang didapatkan dari program kerja pelatihan pemasaran online ini adalah terciptanya akun instagram UMKM Grasima lengkap dengan foto produk dan caption berisi keterangan lengkap mulai dari nama produk, bahan, ukuran, dan harga yang kini bisa dengan mudah dijangkau oleh semua orang. Kegiatan yang kami lakukan untuk pemasaran

online mitra kami tersebut adalah dengan membantu mempromosikan produk rajut agar jangkauannya lebih luas dan banyak diminati oleh masyarakat.

Selama kurang lebih satu bulan, kelompok 6 Kuliah Pengabdian Masyarakat (KPM) Universitas Widyagama 2022-1 telah membantu mitra UMKM Grasima terkait pemasaran online dengan cara memasarkan produknya dan memperkenalkannya pada jangkauan yang lebih luas melalui digital marketing.

Hasil yang paling signifikan dapat dilihat melalui naiknya jumlah kunjungan profil akun instagram Grasima, hal tersebut dapat diartikan bahwa kelompok kami berhasil membawa UMKM Grasima dikenal masyarakat secara lebih luas dari sebelumnya. Selanjutnya kami membuat link pada profil instagram Grasima yang menghubungkan secara langsung ke WhatsApp Grasima dengan satu kali klik saja. Terakhir, peningkatan yang dapat dirasakan adalah hal tersebut tentu saja berdampak pada meningkatnya penjualan produk kerajinan rajut di UMKM Grasima.



Gambar 4. Hasil Pembuatan Akun Instagram dan Pengelolaan Isi Konten

Hasil dari penerapan pemasaran melalui Instagram

Tabel 2. Jumlah Permintaan Produk UMKM Grasima
Sebelum dan Sesudah Penerapan Pemasaran Digital

Jumlah Permintaan Produk UMKM Grasima (dalam 1 bulan)		
Jenis Produk	Sebelum ada akun Instagram	Setelah pembuatan akun Instagram
Tas pesta	-	1
Tas selempang	1	3
Dompot Pouch	1	2
Konektor	12	18
Strap mask	9	12
Kotak tisu	1	2
Tas hp	1	2
Gantungan kunci	1	2
Masker rajut	2	3
Total	28	46

Tabel 3. Jumlah Pendapatan UMKM Grasima
Sebelum dan Sesudah Penerapan Pemasaran Digital

Jumlah Pendapatan UMKM Grasima (dalam 1 bulan)		
Jenis Produk	Sebelum ada akun Instagram	Setelah pembuatan akun Instagram
Tas pesta	-	1 x 210.000 = 210.000
Tas selempang	1 x 140.000 = 140.000	3 x 140.000 = 420.000
Dompet Pouch	1 x 65.000 = 65.000	2 x 65.000 = 130.000
Konektor	12 x 7.000 = 84.000	18 x 7.000 = 126.000
Strap mask	9 x 17.000 = 153.000	12 x 17.000 = 204.000
Kotak tisu	1 x 25.000 = 25.000	2 x 25.000 = 50.000
Tas hp	1 x 80.000 = 80.000	2 x 80.000 = 160.000
Gantungan kunci	1 x 15.000 = 15.000	2 x 15.000 = 30.000
Masker rajut	2 x 30.000 = 60.000	3 x 30.000 = 90.000
Total	622.000	1.420.000

Berdasarkan pada tabel diatas yaitu menunjukkan perubahan yang signifikan dari sebelum adanya akun Instagram dengan total pendapatan dalam 1 bulan sebesar 622.000, setelah dibuatkannya akun Instagram UMKM Grasima ini meningkat sebesar 1.420.000 dan menunjukkan jumlah pendapatan UMKM Grasima yang mengalami peningkatan sebesar 798.000 atau naik 128% dari sebelumnya.

KESIMPULAN

Efisiensi pemasaran akan dapat tercapai apabila ada terobosan teknologi yang mampu mempermudah manajemen usaha. Sosial media Instagram mampu menyajikan foto produk yang menarik, caption yang informatif, dan kemudahan komunikasi bagi pelanggan. Dengan hal ini, UMKM Grasima Malang *menjadi* lebih mudah *untuk* melakukan pemasaran secara digital sehingga membuat jangkauan usahanya lebih luas dan penjualan semakin meningkat.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah berkontribusi dalam pelaksanaan implementasi Proyek Independen ini yaitu Bantuan Pendanaan Program Penelitian Kebijakan Merdeka Belajar Kampus Merdeka dan Pengabdian Masyarakat Berbasis Hasil Penelitian Dan Purwarupa PTS tahun anggaran 2021 Sekretariat Dirjen Dikti Ristek dan Universitas Widyagama yang telah memberikan izin dan dukungan kegiatan ini.

REFERENSI

- [1] Sangaji, H. (2018). PEMANFAATAN INSTAGRAM DALAM MENINGKATKAN PEMASARAN ONLINE (Studi Deskriptif Kualitatif pada Akun Instagram lavanilla_photography). *Uniska*. <https://repository.uniska-bjm.ac.id/350/>
- [2] Priyatna, C. C., Prastowo, F. A. A., & Syuderajat, F. (2020). DIGITAL MARKETING UNTUK USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (Studi Kasus Pada CoffeestripBandung). *Dharmakarya*, 9(4), 283. <https://doi.org/10.24198/dharmakarya.v9i4.29478>
- [3] Srirejeki, K. (2016). Analisis Manfaat Media Sosial Dalam Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). *Jurnal Masyarakat Telematika Dan Informasi*, 7(1), 57–68. <https://media.neliti.com/media/publications/233770-aplikasi-media-sosial-untuk-pemberdayaan-8768e77d.pdf>