

## DIGITALISASI PEMASARAN UMKM TAPE SINGKONG DI KELURAHAN TEMBILAHAN HULU

<sup>1</sup>Badewin, <sup>2</sup>Frisca Safitri, <sup>3</sup>Rahmawati, <sup>3</sup>Sutarno, <sup>4</sup>Soraya Nurul Huda

<sup>1,3,4</sup>Universitas Islam Indragiri

Email: [rw210922@gmail.com](mailto:rw210922@gmail.com)

### ABSTRAK

Tujuan dari program pengabdian ini adalah meningkatkan keterampilan dan produktivitas ekonomis mitra. Metode yang digunakan adalah melalui program pendampingan dan pelatihan oleh akademisi Universitas Islam Indragiri terkait penggunaan alat digital modern untuk memasarkan dan memperbaiki pengemasan produk tape singkong agar lebih di kenal oleh masyarakat. Dari hasil pengabdian kepada masyarakat ini, Mitra berhasil mendapatkan pengemasan produk tape singkong yang tepat untuk dipasarkan secara online. Pengemasan tersebut sudah sesuai dan tepat dengan keinginan mitra.

Kata Kunci: Digitalisasi; Pemasaran; Pengemasan

### ABSTRACT

The purpose of this service program is to improve the skills and economic productivity of partners. The method used is through mentoring and training programs by PGRI Madiun University academics regarding the use of modern digital tools to market and improve the packaging of cassava tape products so that they are more familiar to the public. From the results of this community service, Partners managed to get the right packaging for cassava tape products to be marketed online. The packaging was in accordance with the wishes of the partners.

Keywords: Digitalization; Marketing; Packaging

## 1 PENDAHULUAN

Kuliah Kerja Nyata (KKN) merupakan kegiatan intrakurikuler yang memadukan pelaksanaan Tri Dharma Perguruan Tinggi (Pendidikan, penelitian dan pengabdian masyarakat) yang wajib diikuti oleh semua mahasiswa program setrta satu (S1) dilingkungan Universitas Islam Indragiri. Sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional pada Pasal 20 Ayat 2 menyatakan bahwa "Perguruan Tinggi Berkewajiban Menyelenggarakan Pendidikan, Penelitian dan Pengabdian Masyarakat". Ketiga aspek Tri Dharma Perguruan Tinggi tersebut dilaksanakan dengan proposi yang seimbang dan terpadu dengan harapan agar kelak mahasiswa dapat menjadi manusia yang berilmu pengetahuan yang memadahi pada bidangnya masing-masing serta mampu mengembangkan potensi masyarakat, merumuskan masalah dan menjadi problem solving terhadap permasalahan yang ada di masyarakat.

Kegiatan KKN ini dilaksanakan di Kelurahan Tembilihan Hulu, Kecamatan Tembilihan Hulu adalah salah satu dari 20 Kecamatan yang ada di Kabupaten Indragiri Hilir yang merupakan hasil pemekaran dari Kecamatan Tembilihan berdasarkan SK Gubernur Riau tanggal 14 Agustus Nomor : kpts.402.a/VIII/1999 dengan ibukotanya Kelurahan Tembilihan Hulu. Kecamatan Tembilihan Hulu mempunyai luas wilayah 180.62 Km<sup>2</sup> atau 18.062 Ha yang terdiri dari 1 (satu) Kelurahan dan 3 (tiga) Desa.

Usaha Mikro Kecil Menengah atau biasa disebut dengan UMKM sangat berkontribusi bagi pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Kontribusi UMKM antara lain membuka lowongan pekerjaan bagi masyarakat menengah kebawah dan dapat menekan angka pengangguran, selain itu juga memberikan kontribusi terhadap Product Domestic Bruto (PDB) yang semakin meningkat.

Perkembangan jumlah UMKM dari tahun ke tahun semakin bertambah. Perkembangan UMKM baru terlihat dari sisi jumlahnya saja.

Permasalahan utama yang terjadi pada UMKM di Kelurahan Tembilihan Hulu adalah kurangnya pengetahuan mengenai bagaimana cara melakukan pemasaran online. Sebagian besar penjual hanya menjual dagangannya dengan cara keliling ataupun membuka stan saja. Apa lagi disituasi pada masa era endemi terjadinya penurunan pendapatan, karena banyak kebijakan yang ditetapkan oleh pemerintah. Kebijakan tersebut antara lain penetapan PSBB, penggunaan masker, rajin mencuci tangan dan menjaga jarak ditempat keramaian. Munculnya wabah ini menyebabkan perekonomian menjadi lesu. Adanya himbuan agar masyarakat stay at home menyebabkan sebagian orang menjadi memilih untuk beraktivitas dirumah.

Hal ini mengakibatkan sebagian besar pendapat masyarakat menurun, tingkat konsumsi menurun bahkan banyak terjadi PHK. Apabila hal tersebut dibiarkan maka akan menjadi ancaman bagi keberlangsungan usaha. Dengan adanya kegiatan pemberdayaan ini adalah untuk memberikan motivasi dan pendampingan pada masa endemi dan new normal. Kegiatan pemberdayaan ini dimaksudkan agar para pelaku UMKM di Kelurahan Tembilihan Hulu tetap dapat bertahan di masa pandemi ini dan new normal.

Di Tembilihan Hulu juga terdapat beberapa UMKM pembuat tape singkong. Masyarakat Tembilihan Hulu Bahan baku dalam pembuatan tape singkong yaitu singkong kuning dan ragi tape. Bahan baku berupa singkong kuning tersebut juga mudah didapatkan karena mayoritas penduduk berprofesi sebagai petani. Sebagian masyarakat juga membudidayakan singkong kuning di kebun mereka. Permasalahan utama yang dihadapi oleh UMKM tape singkong yakni pada pemasaran.

Selama ini tape singkong yang dihasilkan hanya dikemas dalam kemasan kresek dan dijual di pasar. Target pasar juga sempit yakni hanya orang-orang yang berkunjung ke pasar. Dengan melihat permasalahan yang dihadapi oleh masyarakat Tembilihan Hulu serta potensi yang dimiliki maka perlu adanya sosialisasi pemasaran serta inovasi produk melalui pelatihan pembuatan tape singkong.

## **2 METODE**

Pelaksanaan kegiatan KKN dilakukan selama 45 hari mulai dari Agustus 2022 hingga September 2023. Yang dilaksanakan di Kelurahan Tembilihan Hulu dengan sasaran penelitian yaitu pemilik UMKM di Tembilihan Hulu yaitu UMKM Tape Singkong. Penelitian ini penulis menggunakan metode deskriptif kualitatif. Melalui metode tersebut, penulis dapat menganalisis, menggambarkan, dan meringkas berbagai kondisi situasi mengenai masalah yang terjadi di lapangan. Teknik pengumpulan data diperoleh melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh langsung melalui hasil observasi dan wawancara kepada pemilik UMKM.

Para produsen tape singkong di Tembilihan Hulu, masih memiliki pengetahuan dan pemahaman yang rendah terhadap pemasaran produk yang dapat dilakukan secara online. Begitu juga dengan akses permodalan yang aman untuk meningkatkan jumlah produksi. Serta perlu adanya inovasi produk untuk meningkatkan pendapatan. Dengan demikian, kami dalam program KKN ini memberikan sosialisasi pemasaran, serta pelatihan pembuatan tape singkong sebagai inovasi produk kepada mitra dengan memberikan wawasan dan pemahaman tentang pemasaran. Perluasan area pemasaran dapat dilakukan melalui metode pemasaran yang beragam yakni dengan melakukan pemasaran via online, sehingga produk dapat dikenal dan dibeli oleh siapa pun dan dimana pun disamping masih tetap melakukan penjualan secara langsung kepada konsumen disekitar.

## **3 HASIL**

UMKM harus memiliki strategi untuk dapat bertahan di tengah pandemi ini dan dituntut untuk dapat menyesuaikan diri terhadap kondisi yang terjadi. Ada beberapa strategi bertahan dan strategi promosi yang di rekomendasikan yang dapat di lakukan UMKM untuk dapat

mempertahankan bisnisnya, yaitu Inovasi dan Pengembangan Produk, melakukan pemasaran produk dengan digital marketing, melakukan pemasaran hubungan pelanggan untuk menciptakan kepercayaan konsumen dan menumbuhkan loyalitas pelanggan. Adapun saran yang bisa direkomendasikan adalah UMKM dapat mengadopsi strategi bertahan dan promosi yang sudah dijelaskan dan diharapkan dapat menyesuaikan diri terhadap perubahan lingkungan bisnis di masa pasca pandemi COVID-19 ini, karena pelaku usaha yang dapat bertahan adalah yang responsif terhadap perubahan sekitar dan mampu menyesuaikan diri baik dari segi produk, sistem pemasaran dan penjualan maupun penggunaan teknologi yang mendukung bisnis.



**Gambar 1 Produk Tape Singkong**



**Gambar 2 Pengemasan Tape Singkong**

Pada gambar 1 dan 2 telah di laksanakan nya Sosialisasi digital marketing ini bertujuan untuk membangun kesadaran dan pemahaman mengenai digital marketing dan langkah-langkah yang harus dilakukan untuk membuat dan mengelola akun media sosial. Materi yang disampaikan disesuaikan dengan kemampuan para pelaku UMKM, serta adanya evaluasi lanjutan setelah kegiatan guna mengetahui apakah materi yang disampaikan betul-betul dipraktikkan. Di sisi lain, pelaku UMKM harus menumbuhkan keberanian untuk mencoba hal yang baru, berlaku profesional, dan sabar menunggu hasil sambil terus berkreasi. Dalam hal digital marketing dengan media sosial, pelaku UMKM sebaiknya bisa membuat akun media sosial untuk usaha yang terpisah dari akun pribadi, kemudian membuat nama akun yang sederhana, mudah diingat, menjelaskan tentang usahanya, dan memiliki nama yang sama dengan platform media sosial lain yang digunakan. Unggah konten yang bersifat informatif tentang produk UMKM anda secara berkala dan rutin, setelah itu buatlah tanda pagar (hashtag) unik yang mencirikan usaha kita dan gunakan itu di setiap unggahan, setelah terkoneksi dengan baik, silahkan jawab segala pertanyaan yang ditanyakan oleh pengikut media sosial anda untuk menandakan bahwa akun aktif.

Sebagai bagian dari rangkaian kegiatan pemberdayaan pelaku UMKM, sosialisasi digital marketing ini juga dirancang untuk mendorong transformasi digital secara bertahap. Tidak hanya sekedar mengenalkan konsep dan manfaat media sosial, kegiatan ini memberikan panduan praktis dan realistis agar pelaku UMKM dapat langsung mengimplementasikan strategi pemasaran digital yang sesuai dengan karakteristik usaha mereka. Melalui pelatihan ini, peserta juga didorong untuk memahami pentingnya konsistensi dalam membangun branding usaha di platform digital serta menjalin interaksi aktif dengan audiens. Dengan pendekatan yang komunikatif dan aplikatif, diharapkan pelaku UMKM semakin percaya diri untuk memanfaatkan teknologi sebagai sarana peningkatan daya saing usaha.



Gambar 3 Pemasangan Iklan Di Media Sosial

Lebih jauh, penting juga untuk menanamkan mindset jangka panjang dalam mengelola akun digital usaha. Keberhasilan dalam digital marketing tidak bisa diperoleh secara instan, melainkan membutuhkan proses, ketekunan, dan evaluasi yang berkelanjutan. Konten yang relevan dan menarik, interaksi dengan pelanggan, serta tampilan visual yang konsisten merupakan elemen penting yang harus terus diasah. Dengan mengelola media sosial secara profesional dan terencana, pelaku UMKM dapat memperluas jangkauan pasar mereka sekaligus membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan, baik secara lokal maupun nasional. Dukungan dari berbagai pihak juga sangat dibutuhkan agar UMKM dapat terus berkembang mengikuti arus digital yang semakin pesat.



**Gambar 4 Gambar Label Baru**

Gambar 3 dan 4 menjelaskan Salah satu sistem digitalisasi yaitu pemasaran secara online dan melakukan perbaikan branding produk tape singkong. Pemasaran secara online dapat dilakukan dengan berbagai macam strategi. Para pelaku UMKM dapat memasarkan produknya melalui media sosial, situs jual beli online dan sebagainya. Pada kegiatan ini memberikan pendampingan mengenai cara melakukan jual beli online. Instagram merupakan salah satu aplikasi yang mana memungkinkan pengguna untuk mengupload foto dan video dan membagikan ke jejaring sosial. Instagram kini telah memiliki banyak fitur yang mana instagram pribadi menjadi instagram dengan akun bisnis. Instagram dapat disambungkan dengan facebook dan twitter. Instagram yang sudah beralih dengan akun bisnis dapat mempromosikan akun instragramnya.

Mitra yang bersangkutan yaitu Ibu Kartasiah pemilik usaha tape singkong mampu memahami dan melakukan mengaplikasikan pemasaran digital yang diajarkan oleh tim kami, walau masih ada sedikit koreksi dan panduan secara intens dalam memasarkan. Diharapkan dengan adanya pelatihan pemasaram online ini, mitra perusahaan UMKM mampu memahami dan mengaplikasikan pemasaran online secara mandiri dan berkelanjutan setiap penjualan produk di tempat kerja masing- masing.

#### **4 DISKUSI**

Berdasarkan kegiatan KKN yang telah dilaksanakan pada UMKM produsen tape singkong di Kelurahan Tembilahan Hulu dapat diketahui bahwa pengetahuan UMKM terhadap pemasaran masih perlu ditingkatkan untuk mendukung pengembangan usahanya. Pemahaman tentang ragam teknik pemasaran produk dan pengetahuan tentang akses permodalan usaha dapat ditingkatkan melalui sosialisasi langsung kepada UMKM. Peran serta dosen dan mahasiswa dalam membangun masyarakat ekonomi yang lebih baik sangat penting agar dapat meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat. Dengan adanya KKN ini, merasa sangat termotivasi untuk dapat mengembangkan usahanya dengan melakukan inovasi produk, mengembangkan permodalan, dan meningkatkan kualitas produk serta memperluas jaringan pemasaran. Sosialisasi pemasaran serta pelatihan ini dapat memecahkan permasalahan yang dihadapi oleh mitra sehingga akan lebih siap untuk mengembangkan usaha yang dijalankannya.

## 5 KESIMPULAN

Ketiga aspek Tri Dharma Perguruan Tinggi tersebut dilaksanakan dengan proposi yang seimbang dan terpadu dengan harapan agar kelak mahasiswa dapat menjadi manusia yang berilmu pengetahuan yang memadai pada bidangnya masing-masing serta mampu mengembangkan potensi masyarakat, merumuskan masalah dan menjadi problem solving terhadap permasalahan yang ada di masyarakat. Kegiatan KKN ini dilaksanakan di Kelurahan Tembilahan Hulu, Kecamatan Tembilahan Hulu adalah salah satu dari 20 Kecamatan yang ada di Kabupaten Indragiri Hilir yang merupakan hasil pemekaran dari Kecamatan Tembilahan berdasarkan SK Gubernur Riau tanggal 14 agustus Nomor : kpts.402.a/VIII/1999 dengan ibukotanya Kelurahan Tembilahan Hulu.

UMKM harus memiliki strategi untuk dapat bertahan di tengah pandemi ini dan dituntut untuk dapat menyesuaikan diri terhadap kondisi yang terjadi. Ada beberapa strategi bertahan dan strategi promosi yang di rekomendasikan yang dapat di lakukan UMKM untuk dapat mempertahankan bisnisnya, yaitu Inovasi dan Pengembangan Produk, melakukan pemasaran produk dengan digital marketing, melakukan pemasaran hubungan pelanggan untuk menciptakan kepercayaan konsumen dan menumbuhkan loyalitas pelanggan. Adapun saran yang bisa direkomendasikan adalah UMKM dapat mengadopsi strategi bertahan dan promosi yang sudah dijelaskan dan diharapkan dapat menyesuaikan diri terhadap perubahan lingkungan bisnis di masa pasca pandemi COVID-19 ini, karena pelaku usaha yang dapat bertahan adalah yang responsif terhadap perubahan sekitar dan mampu menyesuaikan diri baik dari segi produk, sistem pemasaran dan penjualan maupun penggunaan teknologi yang mendukung bisnis.

Sosialisasi digital marketing ini bertujuan untuk membangun kesadaran dan pemahaman mengenai digital marketing dan langkah-langkah yang harus dilakukan untuk membuat dan mengelola akun media sosial. Dalam hal digital marketing dengan media sosial, pelaku UMKM sebaiknya bisa membuat akun media sosial untuk usaha yang terpisah dari akun pribadi, kemudian membuat nama akun yang sederhana, mudah diingat, menjelaskan tentang usahanya, dan memiliki nama yang sama dengan platform media sosial lain yang digunakan.

Unggah konten yang bersifat informatif tentang produk UMKM anda secara berkala dan rutin, setelah itu buatlah tanda pagar (hashtag) unik yang mencirikan usaha kita dan gunakan itu di setiap unggahan, setelah terkoneksi dengan baik, silahkan jawab segala pertanyaan yang ditanyakan oleh pengikut media sosial anda untuk menandakan bahwa akun aktif. Mitra yang bersangkutan yaitu Ibu Kartasiah pemilik usaha tape singkong mampu memahami dan melakukan mengaplikasikan pemasaran digital yang diajarkan oleh tim kami, walau masih ada sedikit koreksi dan panduan secara intens dalam memasarkan.

## PENGAKUAN

Terimakasih terhadap masyarakat Tembilahan Hulu dan teman teman posko kkn Tembilahan Hulu telah memberikan informasi tentang Tembilahan Hulu dan bagi masyarakat yang melakukan pengelola UMKM terimakasih banyak dalam menyelesaikan program dari kami yaitu Digitalisasi Pemasaran Umkm Tape Singkong Di Kelurahan Tembilahan Hulu

## REFERENSI

- Agustina, Tri Siwi. 2019. Kewirausahaan di Era Revolusi Industri 4.0. Jakarta : Mitra Wacana Media.
- Kemenko PMK. 2020. Pembatasan Sosial Berskala Besar. Melalui <https://www.kemendikbud.go.id/pembatasan-sosial-berskala-besar>
- Pertiwi, D. Gusfa, H. 2018. Pengaruh Content Marketing Terhadap Pembentukan Brand Awareness pada Kalbis Institute. Jurnal Media Kom. Vol. VII, No.2, hal. 45-57.
- Poetra, R. R., & Christantyawati, N. (2017). Model AIDA: Pola Penggunaan Media Sosial dalam Meningkatkan Kepuasan Penjualan di Toko Online Goldies Hijab. Jurnal Komunikasi Profesional, 1(1), 22-36. URL: <https://doi.org/10.25139/jkp.v1i1.170>
- Sunarsi, D. (2020). Implikasi Digitalisasi Umkm. Digitalisasi UMKM, halaman 57. Insan Cendekia: Sumatra Barat.

- Surianto (2021). Tantangan dan Strategi Transformasi UMKM Masa Depan. <https://kukm.babelprov.go.id/content/tantangan-dan-strategi-transformasi-umkm-masa-depan>. Diakses pada 15 September 2022, Jam 21.00 WIB.
- Suyanto, S., Chaerunisak, U. H., Maharani, B. D., and Wulandari, I. (2022). Sosialisasi Pengembangan Umkm Di Dusun Kalangan Kebonagung Imogiri Bantul. *Abdimas Dewantara*, 5(1), 18-23.