

Penerapan Digital Pemasaran Pada UMKM Agroindustri Tempe Di Kecamatan Arjasa Kabupaten Jember

Application of Digital Marketing in Tempe Agroindustry SMEs In Arjasa District, Jember Regency

Ardhitya Alam Wiguna ^{1*}, Rizal Perlambang CMAWP ², Luluk Cahyo Wiyono ²

¹ Department of Agribusiness Management, Politeknik Negeri Jember

² Department of Agribusiness Management, Politeknik Negeri Jember

*ardhitya@polije.ac.id

ABSTRAK

Pandemic *Covid-19* yang telah melanda dunia telah memberikan permasalahan dampak di berbagai kehidupan. Mulai dari kesehatan, sosial, hingga perekonomian. Penurunan pendapatan masyarakat sangat berimbas pada sektor UMKM untuk dapat tumbuh, maka daripada itu tim dari Politeknik Negeri Jember mengadakan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat yang berada pada UMKM Agroindustri tempe yang terletak di Desa Kemuninglor Kecamatan Arjasa Kabupaten Jember. Kegiatan kali ini membantu mitra dalam rangka peningkatan pendapatan akibat *Covid-19* yang melanda Indonesia. Maka daripada itu kegiatan ini berfokus pada pengenalan, penerapan dan pelaksanaan digital marketing. Hasil dari kegiatan ini mitra dapat menerapkan dan melaksanakan digital marketing sehingga berdampak pada naiknya pendapatan mitra, perubahan jalur distribusi dan jarak pemasaran yang semakin jauh dari lokasi mitra berproduksi.

Kata kunci — *Digital Marketing, UMKM Agroindustri Tempe, Media Sosial*

ABSTRACT

The *Covid-19* pandemic that has hit the world has had an impact on various lives. Starting from health, and social, to the economy. The decline in community income greatly affected the MSME sector's ability to grow, therefore the team from the Jember State Polytechnic held Community Service activities at the Tempe Agroindustry MSMEs located in Kemuninglor Village, Arjasa District, Jember Regency. This activity helps partners to increase income due to *Covid-19* that hit Indonesia. Therefore, this activity focuses on the introduction, implementation, and implementation of digital marketing. The results of this activity partners can implement and implement digital marketing so that it has an impact on increasing partner income, changes in distribution channels, and marketing distances that are increasingly far from the location of producing partners.

Keywords — *Digital Marketing, Tempe Agroindustry SMEs, Social Media.*



1. Pendahuluan

Pandemic Covid-19 yang melanda dunia pada penghujung tahun 2019 telah menyisahkan banyak permasalahan. Mulai dari permasalahan kesehatan yang menyebabkan banyak orang terpapar virus covid-19 hingga ada yang meninggal dunia, permasalahan sosial yang mengharuskan banyak negara melakukan lockdown untuk meminimalisasi penyebaran dari virus covid-19 dan masalah ekonomi yang memberikan dampak kontradiksi bagi pertumbuhan perekonomian dunia. Selain melakukan kebijakan lockdown, ada juga negara-negara yang menerapkan kebijakan travel ban, penerapan penutupan perbatasan, pemberlakuan sistem physical distancing yang menutup sekolah, perkantoran dan berbagai kegiatan yang melibatkan pengumpulan orang[1].

Pada bulan Maret 2020 masuknya Corona Virus Disease 2019 ke Indonesia juga membawa dampak terhadap sendi-sendi kehidupan masyarakat yang dimulai dari kesehatan, sosial dan ekonomi. Kebijakan pemerintah yang menerapkan PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) yang membatasi mobilitas orang untuk keluar rumah dan jaga mengharuskan orang melakukan jarak memberikan dampak konsekuensi turunnya aktifitas ekonomi secara signifikan. Prediksi awal bahwa pertumbuhan perekonomian Inonesia berada di sekitar angka 5% hal itu tidak menjadi kenyataan ketika virus covid-19 masuk ke Indonesia. Pertumbuhan ekonomi hanya 1 % hal ini disebabkan banyaknya orang terkena PHK (Pemutusan Hubungan Kerja), akibat banyak perusahaan yang mengalami kerugian, pengangguran bertambah dan pendapatan masyarakat juga mengalami menurun. Akibat dari yang mengakibatkan berdampak juga pada sektor UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah)[2].

UMKM merupakan penopang perekonomian Indonesia mulai dari krisis

ekonomi tahun 1998, 2008, 2010 hingga 2018. Akan tetapi pondasi penopang pergerakan perekonomian terhenti mana kala terdapat virus covid-19 yang masuk ke Indonesia. Penerapan PSBB memiliki dampak yang signifikan bagi pelaku UMKM. Kegiatan usaha UMKM menjadi kesulitan dalam menjual barang dan jasa karena penurunan daya beli masyarakat. UMKM mengalami tekanan dari dua sisi yang ada yaitu sisi permintaan (demand-side) dan sisi penawaran (supply-side) yang di sebabkan karena penurunan pendapatan dan daya beli masyarakat sehingga berimbas pada penurunan produksi dan penjualan pada sektor usaha pendapatan usaha menurun dratis yang kemudian mengganggu aktivitas di sektor keuangan[3].

Mengetahui bahwa UMKM telah mengalami kondisi kesulitan dalam menjual barang dan jasa, kami tim dari Politeknik Negeri Jember memberikan proses pendampingan usaha pada sektor UMKM. Sektor UMKM yang kami berikan pendampingan berada di lokasi di Desa Kemuninglor Kecamatan Arjasa Kabupaten Jember. Melalui program pengabdian masyarakat yang diselenggarakan oleh Politeknik Negeri Jember yang bekerjasama dengan kepala Desa Kemuninglor Kecamatan Arjasa Kabupaten Jember, maka tim pengabdian Politeknik Negeri Jember melakukan yaitu proses pendampingan teknologi yang berupa pemanfaatan teknologi informasi. Desa Kemuning Lor memiliki luas wilayah 1087,68 Ha dan berada di ketinggian 150-750 diatas permukaan laut (dpl). Secara administrasi Pemerintahan, Desa Kemuning Lor terdapat 4 Dusun yaitu : Dusun Krajan, Dusun Kopang Kebuh, Dusun Darungan dan Dusun Rayap.

UMKM yang kami lakukan untuk program pengabdian kepada masyarakat adalah UMKM agroindustri tempe. UMKM tempe yang didirikan oleh Bapak Soleh telah berdiri sejak tahun 2012. Produksi yang dilakukan selama ini



memproduksi tempe sebanyak 20-25 Kg dalam sehari. Tempe yang dihasilkan di pasarkan dengan cara di titipkan ke toko-toko dan beberapa diambil oleh tengkulak untuk diperjual belikan lagi. Jarak jual yang diperkenalkan oleh Bapak Soleh hanya berkisar 4-5 Km dari tempat produksi[4].



Gambar 1. Produk Hasil Produksi Bapak Soleh

Pandemic Covid-19 yang melanda Indonesia membuat usaha dari Bapak Saleh menjadi terhambat. Proses produksi yang dahulunya sebelum terdapat pandemic covid-19 bisa terus sedikit demi sedikit bergerak menambah kapasitas produksi, akan tetapi pada waktu pandemic covid-19 melanda hal itu tidak bisa terwujud. Proses pemasaran juga mengalami hal yang sama, sulit untuk memperbesar area pemasaran yang sedang dihadapi oleh Bapak Saleh sewaktu pandemic Covid-19 melanda. Untuk itu tim dari Politeknik Negeri Jember mencoba untuk memberikan solusi atas permasalahan yang dihadapi dalam menghadapi pandemic Covid-19.

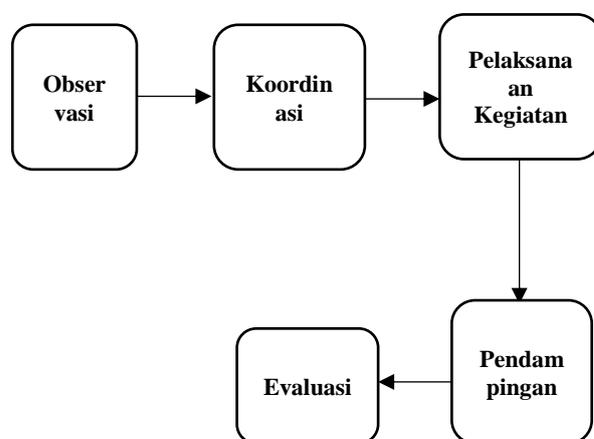
2. Target dan Luaran

Target dan luaran dari kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat adalah mitra dapat menggunakan teknologi informasi untuk memperluas pangsa pasar dengan menggunakan media internet. Dengan menggunakan peran teknologi diharapkan dapat merubah sistem

pemasaran dari pemasaran konvensional menjadi pemasaran modern sehingga dapat membantu mitra dalam menaikkan omset penjualan.

3. Metodologi

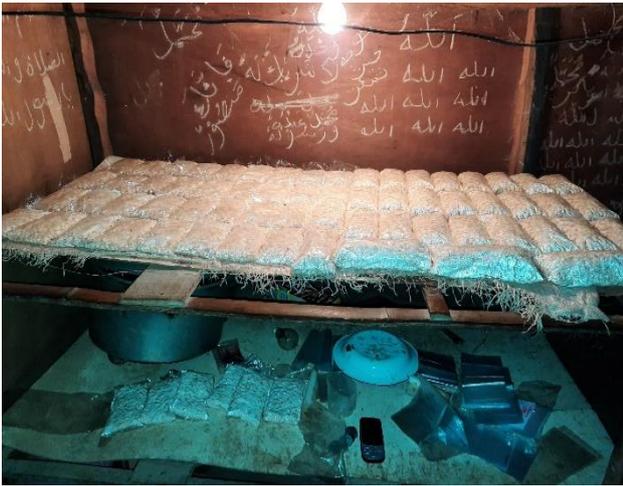
Pelaksanaan program kegiatan pengabdian kepada masyarakat, menggunakan metode yang diterapkan melalui beberapa tahapan agar tercapai tujuan dari pelaksanaan program[5]. Metodologi dalam pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat adalah sebagai berikut :



Gambar 2. Tahapan Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat

4. Pembahasan

Kegiatan proses pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan di Desa Kemuninglor Kecamatan Arjasa Kabupaten Jember dengan mitra UMKM agroindustri tempe melakukan pembenahan pada sektor pemasaran. Pemasaran merupakan ujung tombak dari perusahaan[6]. Dengan membenahi sektor pemasaran pada UMKM agroindustri tempe diharapkan dapat merubah sistem yang sedang dijalankan oleh Bapak Saleh selama ini. Sistem pemasaran yang dijalankan oleh Bapak Saleh masih sangat terbilang sederhana yaitu menitipkan hasil produksi tempe yang sudah diproduksi ke toko-toko langganannya dan hanya beberapa orang yang mengambil langsung ke tempat produksi.



Gambar 3. Produk Siap Jual

Tahap-tahap pembenahan pada sisi pemasaran UMKM agroindustri tempe pada Bapak Saleh adalah sebagai berikut :

1. Pengenalan Digital Marketing

Dunia pemasaran sudah memasuki era perubahan sejak evolusi 4.0 diterapkan. Perubahan dari gaya pemasaran yang sebelumnya mempertemukan pembeli dan penjual secara face to face berubah menjadi sistem pemasaran digital. Sistem pemasaran digital ini mempertemukan pembeli dan penjual dengan menggunakan sarana konektivitas internet sehingga dapat 24 jam penuh diakses oleh siapa pun dan dimana pun. Tanpa terbatasnya tempat, ruang dan waktu semua orang bisa mengakses segala kebutuhan yang sedang dibutuhkan. Media yang dibutuhkan adalah alat komunikasi yang terhubung dengan internet.

Kebutuhan akan penggunaan pada digital marketing pada UMKM agroindustri tempe sudah waktunya untuk melakukan pembenahan. Konektivitas Internet yang ada pada rumah Bapak Saleh sangatlah baik karena dekat dengan menara pemancar. Akan tetapi alat yang terhubung dengan internet tersebut Bapak Saleh tidak memilikinya. Sehingga diperlukan pengadaan untuk membeli alat tersebut.



Gambar 4. Serah Terima Alat yang Terhubung Dengan Internet

2. Penggunaan Media Sosial

Media sosial adalah sebuah kajian informasi yang tersusun secara digital yang dapat diakses oleh semua orang yang terkoneksi dengan internet dan dapat digunakan untuk berkomunikasi serta dapat membagikan konten berupa tulisan, foto atau video.. Media sosial yang disajikan dalam konektivitas internet terdapat beberapa yaitu Facebook, Twitter, Instagram, WhatsApp, Youtube dan lain sebagainya[7]. Dari berbagai media sosial yang ada tim pengabdian kepada masyarakat Politeknik Negeri Jember memberikan pengenalan yaitu berupa akun. Dimana fungsi akun ini adalah sebagai user-id dari pengguna. Akun yang kita kenalkan pada mitra UMKM tempe Bapak Saleh adalah berupa email dengan menggunakan google sebagaimana fasilitas yang disajikan oleh google.

Proses pengenalan dengan menggunakan media digital sangat sulit diterima oleh mitra UMKM tempe Bapak Saleh karena Bapak Saleh sudah terbiasa menggunakan alat komunikasi yang tidak terhubung dengan internet serta pengoperasiannya sangat manual dan belum layar sentuh (touchscreen) sehingga proses adaptasi sedikit terlambat. Akan tetapi karena proses pengenalan yang disajikan oleh tim pengabdian kepada masyarakat secara tepat, maka lambat laun dapat diperkenalkan dan

digunakan oleh mitra sebagai sarana berkomunikasi dengan menggunakan internet.

Tahap berikutnya setelah pengenalan akun email, maka tim dari Politeknik Negeri Jember memberikan pengenalan lainnya yaitu WhatsApp. Dengan menggunakan WhatsApp mitra dapat berkomunikasi dengan Tim Pengabdian Kepada Masyarakat Politeknik Negeri Jember atau pelanggan dengan fasilitas yang tersedia yaitu pesan, pengiriman foto atau video dan pesan suara. Setelah dirasa dapat menguasai dan menggunakan dengan lancar, maka Tim Pengabdian Kepada Masyarakat Politeknik Negeri Jember mengenalkan media sosial lainnya yaitu Youtube. Youtube merupakan media sosial yang berisikan cuplikan-cuplikan video. Konten yang disajikan oleh youtube sangatlah beragam dan bisa dimanfaatkan sesuai dengan kebutuhan yang diinginkan. Setelah diperkenal dengan Youtube, maka media sosial yang dikenal oleh Tim Pengabdian Kepada Masyarakat Politeknik Negeri Jember adalah Instragram. Instragram merupakan media sosial yang menyadikan foto-foto, cuplikan video dan direct masage. Mitra UMKM tempe Bapak Saleh kita kenal dengan Instragram supaya dapat upload foto-foto produk, video status dan sebagai media berkomunikasi dengan pelanggan[8].

3. Evaluasi Hasil Kegiatan

Hasil kegiatan pelaksanaan program Pengabdian Kepada Masyarakat pada UMKM agroindustri tempe yang terletak di Desa Kemuninglor Kecamatan Arjasa Kabupaten Jember adalah sebagai berikut :

1. Peningkatan Pengetahuan

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat membawa dampak terhadap UMKM agroindustri tempe Bapak Saleh yaitu berupa pengetahuan. Pengetahuan yang didapatkan dari kegiatan ini adalah bagaimana menjalankan digital marketing dengan

menggunakan media sosial yang ada. Konektivitas internet telah mempermudah seseorang dalam menjalankan usahanya, menggunakan internet sebagai sarana promosi yang efektif dan efisien. Dalam pandemi Covid-19 yang saat ini dihadapi oleh masyarakat yang mengharuskan seseorang berinteraksi atau berkegiatan di dalam rumah, maka sistem kehidupan banyak berubah. Sistem pemasaran yang senantiasa bertemunya pembeli dan penjual pada saat pandemic Covid-19 kondisi seperti ini tidak dapat dilakukan. Oleh karena itu sistem pemasaran juga mengalami penyesuaian yaitu beralih pada sistem pemasaran online. Mitra mulai banyak menggunakan pengetahuan dan menyerapan informasi dari berbagai media yang terkoneksi dengan internet. Mitra mulai menggunakan media sosial untuk mempromosikan produk jadinya. Penggunaan dari media sosial WhatsApp dan Instragram telah meningkatkan pengetahuan mitra dalam menjalankan promosi. Dukungan video tutorial dari youtube juga membantu mitra dalam melakukan promosi pada media sosial yang ada sehingga pengetahuan dan keterampilan dalam mencari informasi yang ada terus berkembang oleh mitra.

2. Peningkatan Nilai Tambah Ekonomi

Penyesuaian sistem penjualan juga dirasakan oleh mitra pengabdian Kepada Masyarakat. Covid-19 yang menjadi wabah pandemic pada tahun 2020 membuat pendapatan menurun, produk tidak cepat laku, selalu ada sisa produk sehingga terkadang ada beberapa produk yang mengalami kerusakan akibat lambatnya pasar menerima produk. Kondisi demikian dirasakan oleh mitra UMKM agroindustri tempe Bapak Saleh. Setelah mengenal, mempelajari dan melakukan sistem penjualan digital marketing dapat meningkatkan nilai tambah ekonomi. Omset



penjualan yang sebelumnya mengalami penurunan dari sekitar 100 ribu hingga 175 ribu sekarang bergerak naik hingga mencapai 200 ribuan. Hal ini juga berpengaruh pada produksi yang sebelumnya 20 – 25 Kg per hari kini bisa mencapai 30 – 45 Kg per hari dalam setiap produksi. Sistem distribusi produk yang dihasilkan oleh mitra juga mengalami perubahan dari sebelumnya hanya radius 4 – 5 Km dari tempat produksi sekarang bisa mencapai radius 10 - 20 Km. Sistem pembelian yang dilakukan oleh konsumen saat ini dengan mendatangi tempat produksi dan membeli dalam jumlah banyak sehingga terdapat pengurangan sistem distribusi yang di titip-titipkan kepada toko. Hanya toko – toko atau kios- kios tertentu yang berpotensi untuk dijadikan penitipan produk jadi dari Bapak Saleh.

5. Kesimpulan

Kesimpulan dari kegiatan program Pengabdian Kepada Masyarakat Politeknik Negeri Jember pada UMKM agroindustri tempe adalah sebagai berikut :

1. Pandemic Covid-19 yang telah melanda dunia membuat para pelaku usaha mengalami penurunan pendapatan. Oleh karena itu diperlukan dukungan dari para akademisi untuk mencari solusi mengenai permasalahan yang dihadapi oleh pelaku usaha khususnya UMKM agroindustri tempe.
2. Peranan teknologi khususnya teknologi informasi sangat diperlukan dalam menghadapi pandemic Covid-19. Teknologi informasi yang terhubung dengan internet mempermudah seseorang dalam menjalani sendi-sendi kehidupan. Mulai dari akses informasi mengenai promosi yang ditawarkan hingga tutorial produk semua tersaji dalam teknologi informasi yang terhubung dengan internet.

6. Ucapan Terima Kasih

Ucapan terimakasih kami sampaikan kepada Pusat Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (P3M) Politeknik Negeri Jember yang telah memberikan dukungan dan pendanaan sehingga terciptalah salah satu unsur dalam tri darma perguruan tinggi yaitu pengabdian kepada masyarakat.

7. Daftar Pustaka

- [1] A. Yasin, *Cara Indonesia Menangani Pandemi Covid-19 dan Dampaknya terhadap Perekonomian*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2020.
- [2] I. K. S. dan Y. A. Hidayat Amir, Dwi Anggi Novianti, Rizki Saputri, Wignyo Parasian, *Cara Indonesia Menangani Pandemi Covid-19 dan Dampaknya terhadap Perekonomian*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2020.
- [3] Y. R. Pratiwi, “Pemulihan Perekonomian Indonesia Setelah Kontraksi Akibat Pandemi Covid-19,” *Kementerian Keuangan Republik Indonesia*, 2022.
- [4] A. A. Wiguna and L. C. Wiyono, “Penggunaan Teknologi Terapan Pada Umkm Tempe Di Desa Kemuninglor Kecamatan Arjasa Kabupaten Jember,” *Semin. Nas. Has. Pengabd. Kpd. Masy. Penelit. Pranata Lab Pendidik. Tahun 2020*, pp. 23–28, 2020.
- [5] S. Kusumastuti, S. Hadwi, and W. Sasono, “Penerapan Teknologi Wastafel Otomatis Dilengkapi Sensor Suhu Dan Audio Visual Sebagai Media Edukasi Pencegahan Penyebaran Covid-19 Di SD Islam Fitra Bhakti Banyumanik Semarang Application of Automatic Sink Technology Equipped with Temperature Sensors and,” vol. 7, no. 1, pp. 71–74, 2022.
- [6] T. Suropto, “Kajian Literatur Efektifitas Pemasaran Produk Dengan Menggunakan Sistem Online Marketing di Era Disruption,” *JESI (Jurnal Ekon. Syariah Indones.)*, vol. 8, no. 2, p. 120, 2019, doi: 10.21927/jesi.2018.8(2).120-128.
- [7] N. Istiani and A. Islamy, “Fikih Media Sosial Di Indonesia,” *Asy Syar’Iyyah J. Ilmu Syari’Ah Dan Perbank. Islam*, vol. 5, no. 2, pp. 202–225, 2020, doi: 10.32923/asy.v5i2.1586.
- [8] E. A. Sosiawan, “Penggunaan Situs Jejaring Sosial sebagai Media Interaksi dan Komunikasi di Kalangan Mahasiswa,” *J. Ilmu Komun.*, vol. 9, pp. 60–75, 2011.

