

Strategi Pengembangan UMKM melalui Digital Marketing pada UMKM Minuman Jahe Mbah Jayus

Ali Nurrosidah¹, Aris Prilatama², Agus Hermawan³

Program Studi Megister Manajemen, Universitas Negeri Malang

E-mail: ali.nurrosidah.2204138@students.um.ac.id

Article History:

Received:

Revised:

Accepted:

Keywords: *Digital Marketing; Media Sosial; Strategi Pengembangan UMKM; Produk Jahe Rempah Instan Mbah Jayus*

Abstrak: *Penerapan digital marketing sebagai strategi pengembangan UMKM menjadi tujuan penelitian dan dilaksanakan di produk Jahe Instan Mbah Jayus. Program pengembangan UMKM ini dilakukan dimulai dari tahap persiapan dengan menentukan media digital yang digunakan. Selanjutnya, melaksanakan program yang telah ditentukan yaitu, pemasaran melalui Marketplace Mbiz Market dan pengoptimalan media sosial Instagram. Digitalisasi dengan melakukan pemasaran secara online diharapkan dapat memperluas pangsa pasar dan meningkatkan permintaan. Dengan penerapan digital marketing dalam usahanya menjadi strategi UMKM Produk Jahe Instan Mbah Jayus untuk terus berkembang.*

Pendahuluan

Usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) berperan besar bagi negara khususnya dalam bidang ekonomi dan sosial. UMKM di Indonesia maupun di beberapa negara berperan dalam pembangunan ekonomi. Meningkatnya jumlah UMKM dapat membentuk ketangguhan suatu negara dalam mempertahankan ekonominya dari beberapa gelombang krisis yang pernah terjadi (Rachmawati, 2015). Menurut (Yani, Silalahi, & Tambunan, 2022) UMKM memiliki peran penting dikarenakan modal usaha yang tidak terlalu besar dan perputaran keuangannya relative cepat karena disesuaikan dengan jumlah konsumen yang membeli produk UMKM. Selain itu, adanya UMKM dapat mengoptimalkan kebutuhan tenaga kerja dengan jumlah yang cukup besar dan untuk menunjang pendapatan rumah tangga UMKM, UMKM juga memiliki pergerakan yang fleksibel dibandingkan usaha mikro besar. Berdasarkan data sensus UMKM yang dilakukan BPS tahun 2016 jumlah usaha UMKM di Jawa Timur sebanyak 4.618.283. Produk utama UKM di Jawa Timur yang paling menguasai industry yaitu sektor food and baverage yang mencapai 60%. Salah satu kota di Jawa Timur yaitu kota Malang memiliki potensi pengembangan UMKM, karena kota Malang merupakan kota pariwisata. Sehingga dengan keberadaan UMKM akan mendukung perekonomian yang pesat.

Pengembangan UMKM pada dasarnya merupakan tanggung jawab bersama antara negara dan masyarakat. Menurut (Mayasari, 2018) peran pemerintah dalam mendukung pengembangan UKM sangat dibutuhkan dalam bentuk langkah-langkah dukungan UMKM. Tindakan pemerintah untuk mengembangkan UMKM dapat bersifat jumlah (kuantitas) dan kualitas. Dukungan terhadap pengembangan UMKM bisa berbentuk modal usaha atau mengarahkan digitalisasi agar UMKM makin bertumbuh (Meishanti, 2018). Kota Malang sebagai kota kreatif dengan ekonomi yang ditopang 17 subsektor ekonomi kreatif. Demi mendorong hal ini pemerintah daerah Kota Malang memberikan pelatihan serta pendampingan agar pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) memiliki ketrampilan dan membuat produk yang baik. Dampak digitalisasi memang sangat diperlukan mengingat masa Pandemi Covid-19 banyak UMKM sudah mulai menjual produk secara online, meningkatkan kemasan produk dan kualitas produk yang mengarah ke inovasi dengan harapan UMKM akan terus berkembang (CNBC, 2021).

Produk jahe instan Mbah Jayus merupakan produk yang diproduksi oleh “Barokah Hijrah” dengan pemilik usaha Bapak Mochamad Rosul Ismail. Usaha ini berdiri sejak akhir tahun 2016 dan sampai sekarang usaha sudah berjalan hampir 7 Tahun. Owner menyatakan memilih usaha minuman jahe intsan ketika Ibunya suka membuat minuman jahe untuk dikonsumsi pribadi. Akan tetapi waktu Ramadhan sering membuat minuman jahe rempah untuk orang yang tadarusan di masjid dan akhirnya minuman jahe mulai disukai oleh banyak orang. Bapak Mochamad Rosul awalnya merupakan seorang karyawan Bank yang memutuskan untuk resign dan memulai bisnis. Hingga memiliki ide untuk mengemas minuman jahe rempah buatan Ibunya secara instan untuk di komersilkan dan dijual bebas. Akhirnya dengan produk Bernama Jahe Rempah Instan Mbah Jayus atau sering disebut Jahe Instan Mbah Jayus. Dimana nama “Mbah Jayus” merupakan nama orang tua dari Bapak Mochamad Rosul yang awalnya membuat resep minuman jahe ini.

Dalam perkembangan usaha Produk Jahe Mbah Jayus ada naik turun dari awal mulai merintis. Owner mengungkapkan bahwa diawal banyak konsumen dan Toko yang menganggap produk Jahe Mbah Jayus terlalu mahal. Padahal dari 1 kemasan produk dengan berat bersih 30 gr dapat digunakan untuk 50 gelas dan manfaatnya yang luar biasa. Pemasaran produk yang awalnya hanya dititipkan di Toko mulai dikembangkan dengan pemasaran yang dilakukan sendiri untuk sampai ke tangan konsumen. Selain itu, varian produk juga ditambah agar dapat menjangkau pasar. Perkembangan usaha bisa sampai sekarang juga merupakan usaha dari pemilik untuk terus berinovasi dari segi produk, pemasaran, harga, dan produksi. Dengan adanya inovasi diharapkan bisnis terus berkembang. Perkembangan usaha diharapkan sesuai tujuan owner untuk dapat memasarkan produk jahe kepada banyak masyarakat agar merasakan manfaat menurunkan gula darah yang tinggi tanpa harus keluar biaya yang mahal.

Metode

Program pengembangan UMKM dilaksanakan pada usaha kecil, mikro dan menengah di “Barokah Hijrah” di Kecamatan Sawojajar kota Malang. Penulis melakukan survei dengan cara mengunjungi lokasi usaha UMKM dan melakukan wawancara langsung dengan pemilik usaha. Hasil survei ini digunakan untuk menentukan program yang akan dilaksanakan, termasuk jadwal pelaksanaan program. Berikut metode pelaksanaan program tersebut.

1. Tahap Awal

Pada tahap awal ini dilakukan dengan kunjungan dan wawancara secara langsung dengan pemilik UMKM Produk Jahe Mbah Jayus. Dari hasil wawancara pemilik menyampaikan salah satu kendala yang dihadapi adalah pemasaran melalui media digital belum di optimalkan. Pemasaran di media sosial seperti Instagram sudah dijalankan namun belum maksimal karena kesulitan mengelola konten untuk menjangkau konsumen atau target pasar yang sesuai dengan produk.

2. Tahap Perencanaan

Persiapan program dimulai dengan langkah pertama, yaitu menentukan media digital yang akan digunakan, salah satunya Instagram. Program berfokus pada pengembangan merek, branding produk, pembuatan konten pemasaran. Selain itu, penulis juga menyiapkan untuk pemasaran pada platform Mbiz Market untuk produk minuman jahe rempah mbah jayus bisa listing pada platform tersebut.

3. Tahap Pelaksanaan

Tahap pelaksanaan ada beberapa program yang dilaksanakan sebagai berikut:

- 1) Dalam rangka program penerapan *Digital Marketing* dilakukan untuk usaha jahe rempah instan Mbah Jayus. Dimana pemasaran digital menggunakan *platform online*. Digital marketing yang pertama dilakukan pendaftaran UMKM pada Marketplace Mbiz Market. Platform ini merupakan *e-commerce* khusus produk-produk UMKM. Hal ini diharapkan produk Jahe Mbah Jayus dapat memperluas pangsa pasar di luar kota Malang.
- 2) Program kedua untuk digital marketing adalah pengoptimalan media social Instagram. Penulis melakukan proses pemasaran produk dengan memanfaatkan fitur-fitur yang ada di Instagram seperti, Instagram story, reels, highlight, hastag, dan feeds untuk membranding produk.



Gambar 1. Sosialisasi terkait rencana program dari tim pengabdian

Hasil Pembahasan

1. Program Pengembangan Digital Marketing

Pengembangan *digital marketing* dilakukan melalui pendampingan kepada pelaku UMKM dengan tujuan meningkatkan strategi pemasaran, promosi, dan penjualan UMKM di *platform* media sosial atau *marketplace*. Rincian program pelaksanaannya dapat dirincikan sebagai berikut:

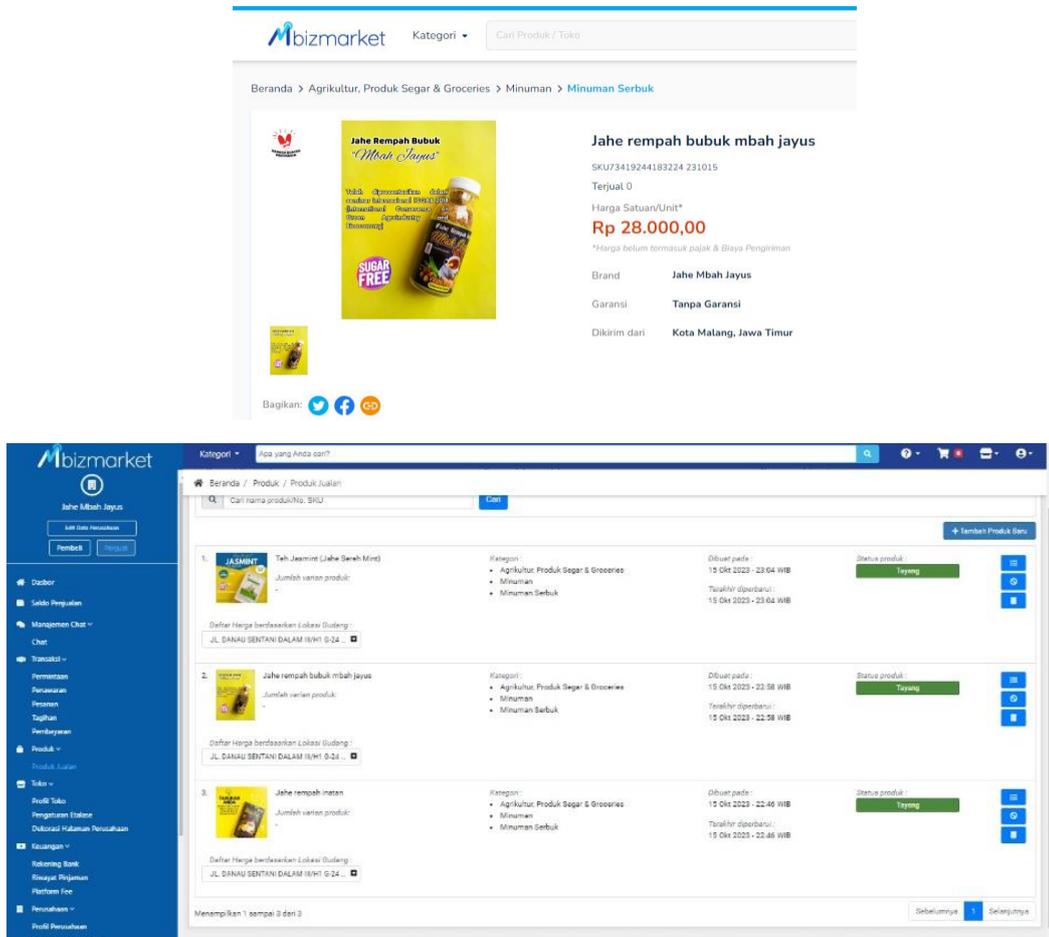
- 1) Pendaftaran di *Marketplace* Mbiz Market, *platform* ini merupakan *B2B Marketplace* dengan solusi terlengkap untuk bisnis. Dalam *platform* ini tidak hanya untuk media pemasaran tetapi juga media promosi bisnis, *e-procurement*, hingga solusi modal untuk bisnis.
- 2) Design feed Instagram, feed Instagram memiliki peran yang penting dalam proses branding di platform ini. Tampilan feed Instagram sangat penting, karena hal ini mencerminkan profesionalisme media online untuk membangun kepercayaan konsumen, meningkatkan popularitas, dan menambah *awareness* konsumen.
- 3) Pembuatan konten Instagram *story* dan *highlight*, konten Instagram *story* juga penting untuk mengenalkan produk UMKM. Aktif dalam Instagram *story* akan menaikkan *traffic* kunjungan ke akun Instagram UMKM Mbah Jayus.

2. Hasil kegiatan dari program pengembangan Digital Marketing

Program pengembangan *digital marketing* yang telah dilaksanakan yaitu dan listing di *platform* media Mbiz Market dan membranding media sosial Instagram dengan membuat konten *feed*, *instagram story*, *highlight*. Kegiatan yang telah dilaksanakan dapat dijabarkan sebagai berikut:

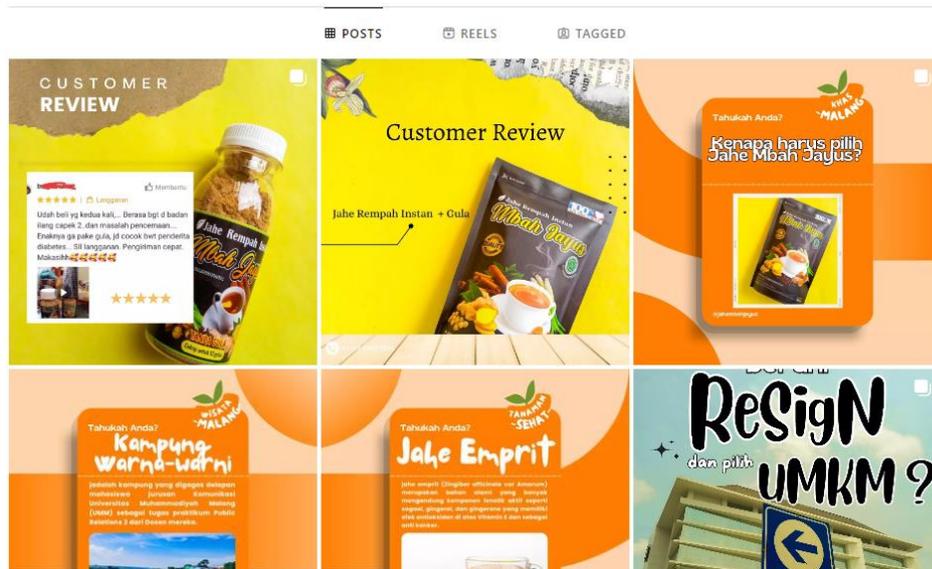
- 1) Pembuatan akun dan listing produk di *marketplace* Mbiz Market. Sebelum produk listing penulis mengkomunikasikan dengan pemilik UMKM untuk keperluan terkait legalitas usaha sebagai syarat pendaftaran. Kemudian juga koordinasi terkait harga yang akan di input karena ada biaya admin maka harga yang *listing* berbeda dengan harga yang di *offline*

store. Setelah persyaratan sudah terpenuhi, maka penulis melakukan pendaftaran dan melisting produk Mbah Jayus di *platform* tersebut. Berikut halaman web dari Mbiz Market untuk produk Jahe Mbah Jayus.



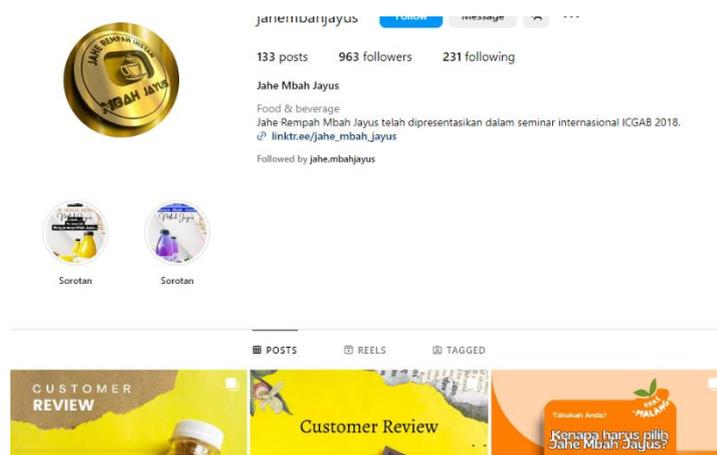
Gambar 2. Tampilan produk Jahe Mbah Jayus listing di Marketplace Mbiz Market

- 2) Pembuatan *design* untuk *feed* Instagram dan *Instagram story*, pengelolaan akun media sosial diharapkan dapat meningkatkan *awareness* produk Jahe Instan Mbah Jayus. Dengan branding di sosial media utamanya Instagram dengan menampilkan *feed* yang memberikan konten terkait *product knowledge* maupun *review* konsumen dapat memberikan preferensi yang baik terhadap produk UMKM Jahe Instan Mbah Jayus. Berikut *design feed* Instagram dari produk UMKM Jahe Instan Mbah Jayus.



Gambar 3. Tampilan media sosial Instagram UMKM Jahe Mbah Jayus

- 3) Pengoptimalan pengelolaan fitur-fitur media sosial seperti *highlight story*, *linktree* dan biografi agar lebih aktif. Pengoptimalan fitur-fitur media sosial juga akan menaikkan *traffic* kunjungan ke profil Instagram UMKM Mbah Jayus. Berikut pengoptimalan fitur-fitur di media sosial Instagram.



Gambar 4. Pengoptimalan fitur-fitur media sosial Instagram

Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan dapat disimpulkan bahwa pelaksanaan pengembangan UMKM Jahe Mbah Jayus fokus pada pengembangan pemasaran di media digital. Pemasaran media digital yang telah dilaksanakan yaitu pemasaran melalui marketplace, branding di sosial media, dan pengoptimalan fitur-fitur media sosial Instagram untuk menunjang pemasaran. Dengan pengoptimalan digital diharapkan pemasaran produk Jahe Rempah Instan Mbah Jayus akan terus berkembang. Digital marketing dapat menjadi

strategi pengembangan mendasar untuk bisnis yang lebih maju dengan pemasaran dengan jangkauan lebih luas dan dapat meningkatkan profitabilitas usaha.

Saran

Diharapkan Produk Jahe Instan Mbah Jayus bisa mengembangkan bisnisnya hingga dapat menyerap tenaga kerja, mengembangkan pangsa pasar nasional, tetap memperhatikan perubahan kebutuhan konsumen untuk berinovasi.

Daftar Referensi

- CNBC. (2023). umkm-jadi-tumpuan-ekonomi-kota-malang. Retrieved from cnbcindonesia website: <https://www.cnbcindonesia.com/news/20211115163745-4-291678/umkm-jadi-tumpuan-ekonomi-kota-malang>
- Mayasari, Nur. (2018). *STRATEGI PENGEMBANGAN UMKM BERBASIS EKONOMI KREATIF DI KOTA PALOPO DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM*. Institut Agama Islam Negeri Palopo.
- Meishanti, Ospa Pea Yuanita. (2018). Implementasi Pahlawan Ekonomi Kreatif untuk Meningkatkan Pemasaran Produk UMKM di Kota Malang. *PERFORMANCE: Jurnal Bisnis & Akuntansi*, 8(2), 92–101.
- Rachmawati, Dyna. (2015). Analisis Pengaruh Strategi Bisnis dan Ukuran Kinerja terhadap Kapabilitas Dinamis. *Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 11(2), 129–149.
- Yani, Dian April, Silalahi, Purnama Ramadani, & Tambunan, Khairina. (2022). Analisis Kinerja UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif di Aceh Tengah (Studi Kasus Bubuk Kopi). *JIKEM: Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen*, 2(1), 78–81.