



Ina Baswara: Program Edukasi Pemasaran Digital untuk Meningkatkan Pendapatan UMKM Kripik Gadung di Desa Gayamharjo

Regina Amanda Famaretha¹, Yessi Edillia Putri², Wiwin Indayanti³, Nisa Farina Herningsih⁴, Asya Nur Agustina⁵, Elsanti Venesha Putri⁶, Felita Dwi Rahmawati⁷, Yogi Firmansyah⁸, Adrianto Steven Bagas Setiawan⁹, Anggin Prihanti¹⁰, Eka Ary Wibawa¹¹

^{1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11} Universitas Negeri Yogyakarta, Indonesia, 55281

E-mail:* reginaamanda.2021@student.uny.ac.id

Doi : <https://doi.org/10.37339/jurpikat.v5i2.1556>

Info Artikel:

Diterima :

2023-12-12

Diperbaiki :

2023-12-28

Disetujui :

2024-03-24

Kata Kunci: Pemasaran Digital, Shopee, Sosialisasi, UMKM

Abstrak: Desa Gayamharjo menjadi salah satu desa di Prambanan, Sleman, Yogyakarta. Desa ini terletak jauh dari pusat kota mempunyai potensi kuliner dari gadung khas daerah yang sangat unik namun masih belum didukung dengan digitalisasi pemasaran. Untuk itu tim pengabdian menginisiasi program pengabdian masyarakat melalui sosialisasi dan pendampingan pemasaran digital melalui marketplace dan website bagi UMKM Kripik Gadung di Desa Gayamharjo. Pelaksanaan sosialisasi dan pendampingan terdiri atas empat tahap, yaitu pembuatan materi sosialisasi pemasaran digital, pelaksanaan sosialisasi, pelaksanaan pendampingan praktik menggunakan online marketplace shopee, dan pembuatan akun website untuk UMKM Desa Gayamharjo. Hasil kegiatan edukasi dan pendampingan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman dan keterampilan masyarakat terkait pemasaran digital. Melalui praktik pelatihan langsung, UMKM Kripik Gadung Desa Gayamharjo dapat memahami dan mengimplementasikan tahapan-tahapan dalam melakukan penjualan menggunakan akun Shopee. Setelah dijual melalui akun Shopee, ada peningkatan volume penjualan kripik gadung sehingga meningkatkan pendapatan UMKM Kripik Gadung Desa Gayamharjo

Abstract: *Gayamharjo Village is one of the villages in Prambanan, Sleman, Yogyakarta. This village is located far from the city center and has culinary potential from Gadung, a very unique regional specialty but is still not supported by digital marketing. For this reason, the service team initiated a community service program through socialization and digital marketing assistance through the marketplace and website for the MSME Kripik Gadung in Gayamharjo Village. The implementation of socialization and mentoring consists of four stages, namely creating digital marketing outreach materials, implementing socialization, implementing practical mentoring using the online marketplace Shopee, and creating website accounts for MSMEs in Gayamharjo Village. The results of educational and mentoring activities show an increase in people's understanding and skills regarding digital marketing. Through direct training practice, Gadung Chip MSMEs in Gayamharjo Village can understand and implement the stages in making sales using a Shopee account. After being sold via the Shopee account, there was an increase in the sales volume of gadung chips, thereby increasing the income of Gadung Chip MSMEs in Gayamharjo Village.*

Keywords: *Digital Marketing, MSMEs, QRIS, Socialization*

Pendahuluan

Pembangunan ekonomi suatu negara bukan hanya sebuah proses, melainkan juga merupakan sumber dari upaya untuk mengubah politik, sosial, dan budaya bangsa (Muhlizi, 2017). Sebagai negara berkembang, Indonesia terus mengarahkan perencanaan pembangunan nasional untuk mengelola dukungan dari sumber eksternal dan mencapai sistem manajemen lingkungan yang unggul. Pembangunan nasional mencakup perekonomian, infrastruktur, dan aspek sosial budaya. Meskipun demikian, kemiskinan masih merajalela di banyak daerah pedesaan, termasuk Desa Gayamharjo di Kecamatan Prambanan, Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta, Indonesia. Penjualan produk makanan dan minuman naik hingga 260%, termasuk peningkatan transaksi-transaksi online pada produk-produk lain (Kominfo, 2020). Hampir semua kebutuhan masyarakat dipenuhi dengan berbelanja menggunakan digital e-commerce atau online. Hingga kini, transaksi e-commerce masih mendominasi di Indonesia. Satu laporan yang pernah dirilis pada Oktober 2020 oleh Google, Temasek dan Bain & Company soal e-Conomy 2020 menyebutkan, waktu yang disediakan orang untuk masuk ke platform dagang *online* sepanjang terjadinya pandemi dari semula 3,7 jam/hari menjadi 4,7 jam/hari ketika terjadi *lockdown* dan menjadi 4,2 jam/ hari setelah *lockdown* berakhir. Dari gambaran itu, wajar bila Bank

Indonesia berani memproyeksikan transaksi *e-commerce* menjadi Rp337 triliun tahun ini. Naik 33,2 persen dibandingkan transaksi 2020 sebesar Rp253 triliun

Menurut data Statistik Pekerjaan Penduduk di Desa Gayamharjo, sekitar 1.918% jiwa menjadi buruh harian lepas, 894% jiwa menjadi petani perkebunan, dan 852% jiwa tidak bekerja. Desa ini memiliki potensi tanaman gadung yang melimpah, namun masih menghadapi kendala dalam produksi dan pemanfaatan tanaman tersebut. Hanya sebagian kecil masyarakat Desa Gayamharjo yang memproduksi kripik gadung, dan penjualannya masih terbatas dengan harga yang tidak optimal. Kendala utama adalah kurangnya pemahaman dalam pengolahan gadung yang aman. Meskipun gadung memiliki potensi sebagai produk unggulan UMKM, beberapa masyarakat enggan mengolahnya karena kekurangpahaman terhadap proses pengolahan yang benar. Dengan hanya 15 rumah yang memproduksi dan sebagian kecil yang maju, perlu adanya strategi pemasaran yang lebih efektif untuk meningkatkan penjualan produk olahan gadung dari Desa Gayamharjo. Tidak hanya itu, limbah dari produksi gadung dan limbah organik di desa ini belum mendapat pengelolaan yang optimal. Meskipun berpotensi menjadi *eco enzyme* yang bermanfaat, limbah tersebut masih belum dimanfaatkan secara maksimal untuk keberlanjutan lingkungan.

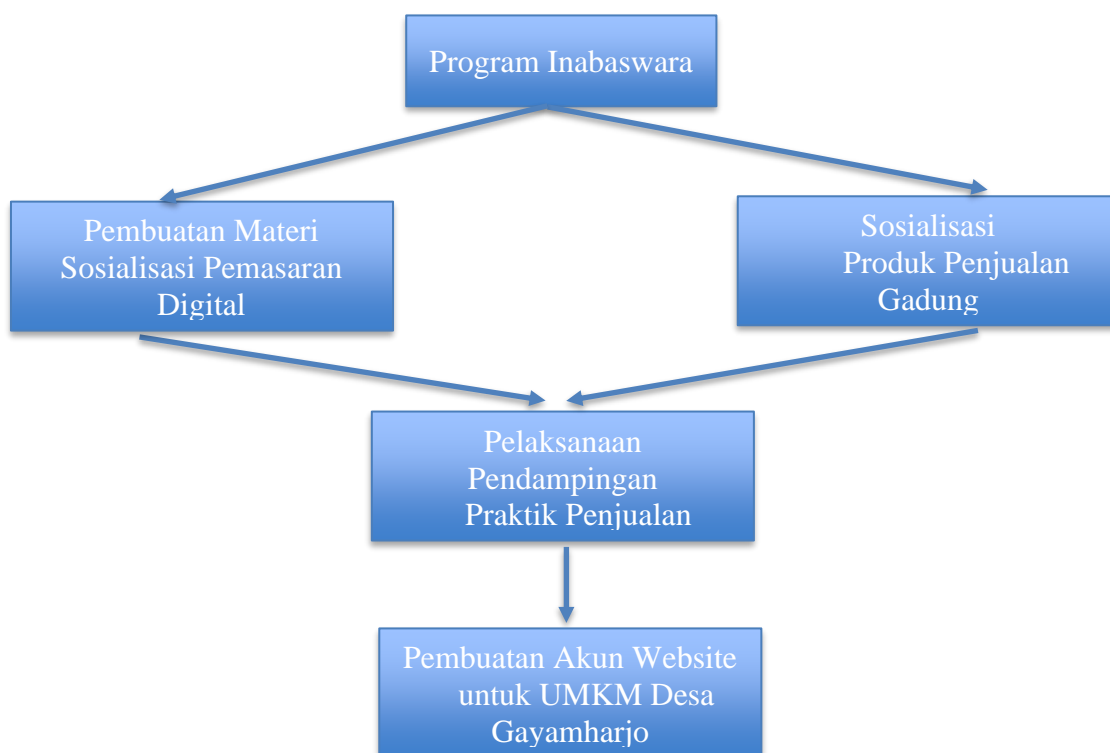
Undang-Undang Nomor 6 tahun 2014 menegaskan bahwa tujuan pembangunan desa adalah meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan penanggulangan kemiskinan. Sesuai dengan visi dan misi Kepala Desa Gayamharjo, yang menginginkan desa yang kreatif, mandiri, dan berbudaya, maka pengembangan UMKM kripik gadung serta pengelolaan limbahnya menjadi krusial. Oleh karena itu, kami menyajikan program Panca Gama Estungkara sebagai solusi untuk mengoptimalkan potensi yang ada di Desa Gayamharjo dan mencapai kesejahteraan masyarakat melalui pemberdayaan ekonomi lokal. Program ini diimplementasikan melalui berbagai kegiatan, salah satunya adalah Program Ina Baswara, yang akan fokus pada pengemasan produk, pengelolaan alat produksi, dan pelatihan digital marketing. Program Ina Baswara akan melibatkan pelatihan bagi ibu-ibu PKK Desa Gayamharjo, dengan tujuan meningkatkan kreativitas dalam pengemasan produk kripik gadung. Selain itu, kami akan memanfaatkan potensi media sosial dan platform belanja online untuk memasarkan produk secara lebih luas, melalui Shopee dan website. Dengan demikian, diharapkan program ini dapat memberikan dampak positif terhadap peningkatan penjualan, kesejahteraan UMKM, dan pengelolaan limbah yang lebih berkelanjutan di Desa Gayamharjo.

Metode

Kegiatan Sosialisasi dan Fasilitasi Program Edukasi Metode Penjualan Digital Bagi UMKM Kripik Gadung di Desa Gayamharjo dilaksanakan dengan metode sosialisasi dan fasilitasi Digital Marketing. Pelaksanaan sosialisasi dan pendampingan terdiri atas empat tahap, yaitu pembuatan materi sosialisasi pemasaran digital, pelaksanaan sosialisasi, pelaksanaan pendampingan praktik menggunakan online marketplace shopee, dan pembuatan akun website untuk UMKM Desa Gayamharjo. Selain itu, tujuan diadakannya program kerja ini adalah meningkatkan daya saing dengan pelaku usaha lain yang mulai perambah di dunia digital sehingga perekonomian akan meningkat pula.

Terdapat tahapan pelaksanaan Sosialisasi dan fasilitas Program Edukasi Metode Penjualan Digital Bagi UMKM Kripik Gadung di Desa Gayamharjo, yaitu:

Table 1. Diagram Alir Metodologi Pendampingan



Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode wawancara langsung kepada UMKM di Desa Gayamharjo. Wawancara dilakukan oleh rekan pengabdian masyarakat. Tujuan dari wawancara ini adalah untuk memperoleh data-data terkait usaha yang dimiliki sudah sejauh mana mereka untuk

melakukan penjualan serta melakukan penyaringan pelaku usaha yang memenuhi kriteria untuk diberikan Fasilitas.

Sosialisasi Pemasaran Digital Melalui *marketplace* Bagi UMKM di Desa Gayamharjo dilaksanakan dari bulan September sampai November dengan mengundang pelaku usaha pemilik UMKM Desa Gayamharjo . Peneliti melakukan sosialisasi dengan media *power point* berisi materi-materi seputar pemasaran digital menggunakan Marketplace. Fasilitas pembuatan akun shoppee maupun website dilakukan setelah kegiatan sosialisasi dilakukan.

Hasil dan Pembahasan

Kegiatan Sosialisasi dan Fasilitas Penjualan digital Melalui Shopee Bagi UMKM Desa Gaymharjo dilaksanakan dari bulan September sampai Oktober secara bertahap. Sasaran dari program kerja ini adalah para karangtaruna, dan beberapa merupakan mahasiswa yang sedang berkuliah. Kegiatan ini bertujuan untuk menjual produk gadung secara lebih luas, agar dapat dikenal oleh masyarakat di seluruh Indonesia bahkan hingga manca negara.

Sosialisasi dalam kegiatan penjualan digital melalui Shopee bagi UMKM Desa Gayamharjo dilakukan melalui tahapan berikut:

1. Melakukan Sosialisasi Pengenalan *Digital Marketing*

Kegiatan sosialisasi dimulai dari sosialisasi mengenai pengenalan apa itu *digital marketing*, pentingnya *digital marketing*, serta jenis-jenis dari *digital marketing*. Materi tersebut dicantumkan dalam buku panduan yang sudah disusun untuk dapat mempermudah masyarakat dalam memahami pentingnya *digital marketing* pada era saat ini. Menurut Ridwan Sanjaya dan Josua Tarigan, digital marketing adalah kegiatan pemasaran termasuk branding (pengenalan merek) yang menggunakan berbagai media berbasis web seperti blog, website, e-mail, jejaring sosial dan tentu saja digital marketing bukan hanya berbicara tentang internet marketing tapi lebih dari itu (Tarigan & Sanjaya, 2013). Digital marketing merupakan salah satu media yang saat ini banyak diminati oleh masyarakat sebagai pendukung dalam kegiatan sehari-hari (Saputra et al., 2020). Digital marketing menurut *American Marketing Association* (AMA) adalah aktivitas, institusi, dan proses yang difasilitasi oleh teknologi digital dalam menciptakan, mengkomunikasikan, dan menyampaikan nilai-nilai kepada konsumen serta pihak yang berkepentingan lainnya (Kannan & Li, 2017)

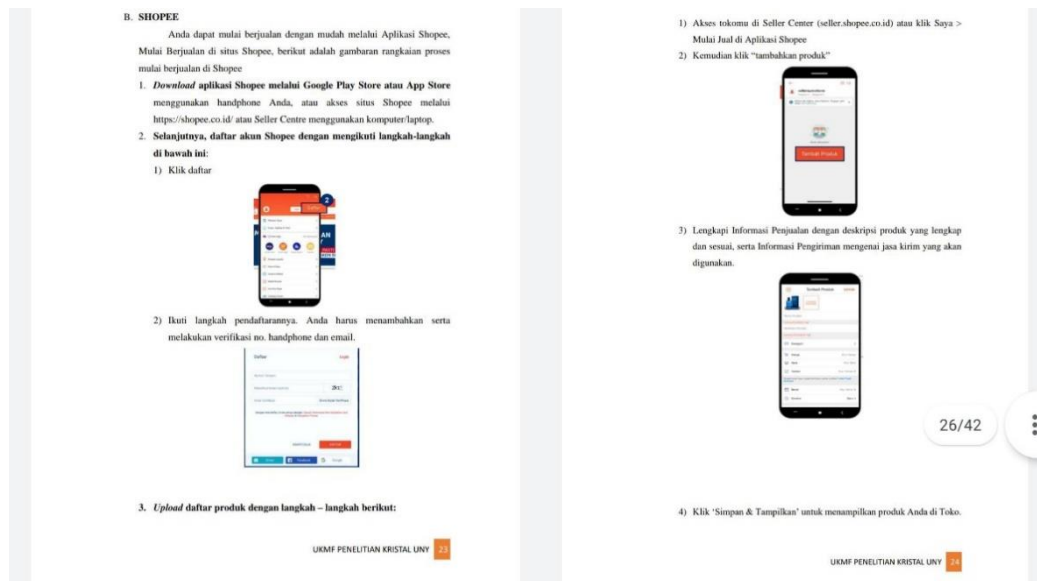


Gambar 1. Materi Pengenalan Digital Marketing

Sumber materi berasal dari website dan jurnal-jurnal serta buku mengenai *digital marketing*.

2. Melakukan Sosialisasi Produk Penjualan Gadung Dengan Menggunakan Shopee.

Tahapan kedua dalam kegiatan ini adalah memberikan materi dan sosialisasi kepada karangtaruna di Desa Gayamharjo. Sosialisasi mengenai penjualan digital melalui shopee dilakukan pada tanggal 01 Oktober 2023. Materi diberikan secara langsung oleh penanggung jawab program. Materi yang diberikan meliputi pengenalan aplikasi shopee, pendaftaran akun, menambahkan produk yang ingin dijual, mengisi deskripsi produk dengan lengkap, melengkapi profil toko, serta mengaktifkan jasa kirim di level toko dan level produk. Sosialisasi ini ditujukan untuk para karangtaruna sebagai generasi muda yang dapat memasarkan produk gadung agar dapat dikenal lebih luas.



Gambar 2. Materi pengenalan Aplikasi Shopee.

3. Melakukan Praktik Pelatihan Penjualan Gadung Menggunakan Online Marketplace Shopee

Online *marketplace* atau *e-marketplace* merupakan sebuah pasar online yang mempertemukan penjual dan pembeli dengan tidak harus bertatap muka atau bertemu langsung. Inovasi pembelajaran saat ini dapat dilakukan setiap saat penggunaan data elektronik dan aplikasi untuk perencanaan dan pelaksanaan konsepsi, distribusi dan harga sebuah ide, barang dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang memuaskan tujuan individu dan organisasi. Berbagai jenis cara yang dilakukan pelaku ekonomi kreatif untuk bertahan dengan bisnisnya salah satu cara adalah mengembangkan sayapnya ke platform yang berbeda (Maulida, 2022). Dengan memberikan pemaparan materi terkait penggunaan aplikasi shopee, kami melanjutkan untuk praktik pelatihan pembuatan akun shopee secara langsung dengan karangtaruna desa gayamharjo. Dengan adanya praktik secara langsung diharapkan masyarakat dapat lebih mudah untuk memahami mengenai tahapan dalam melakukan penjualan menggunakan akun shopee. Selain itu dengan menggunakan aplikasi shopee, produk gadung yang dijual dapat dikenal hingga luar kota dan luar daerah. Dengan menggunakan aplikasi digital berupa shopee maka barang yang dijual dapat dijangkau dengan lebih luas dan dapat dikirim hingga ke luar provinsi.



Gambar 3. Sosialisasi praktik penggunaan aplikasi shopee



Gambar 4. Praktik penggunaan aplikasi shopee

Berdasarkan penjelasan tersebut, dapat dilihat bahwa Shopee memberikan dampak yang positif bagi masyarakat yang memiliki UMKM. Shopee ini merupakan salah satu *platform online marketplace* yang sangat membantu UMKM dalam mengembangkan usahanya. Dengan Shopee kita dapat mengenal produk-produk dari berbagai daerah, produk yang awalnya tidak dikenal, dan sulit dijangkau karena jarak yang jauh bisa dibeli dengan online dan barang akan sampai dengan aman di tangan pembeli.

Kesimpulan

Program Ina Baswara dirancang sebagai solusi pemberdayaan ekonomi lokal untuk mengatasi kendala-kendala dalam pengolahan dan pemasaran produk gadung. Fokus utama program ini adalah meningkatkan pengetahuan dan keterampilan masyarakat, khususnya ibu-ibu PKK, dalam pengolahan gadung yang aman serta memanfaatkan metode pemasaran digital. Program Ina Baswara berupaya mengenalkan konsep digital marketing, dengan fokus pada penggunaan platform seperti Shopee. Pengenalan ini diharapkan dapat membantu UMKM di Desa Gayamharjo memperluas jangkauan pemasaran produk gadung mereka, baik secara regional maupun nasional. Pembuatan akun website juga menjadi bagian dari upaya untuk meningkatkan eksposur produk secara online. Hasil kegiatan edukasi dan pendampingan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman dan keterampilan masyarakat terkait pemasaran digital. Melalui praktik pelatihan langsung, UMKM Kripik Gadung Desa Gayamharjo dapat memahami dan mengimplementasikan tahapan-tahapan dalam melakukan penjualan menggunakan akun Shopee. Setelah dijual melalui akun Shopee, ada peningkatan volume penjualan kripik gadung sehingga meningkatkan pendapatan UMKM Kripik Gadung Desa Gayamharjo.

Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terimakasih kepada: 1) Direktorat Jenderal Pendidikan Vokasi Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi yang telah memberikan dukungan pendanaan kegiatan pengabdian ini; 2) Universitas Negeri Yogyakarta yang telah memberikan dukungan pendanaan maupun pendampingan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini; dan 3) Pemerintah dan seluruh warga masyarakat Kalurahan Gayamharjo, Prambanan Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta yang telah memberikan izin dan berperan aktif dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini.

Referensi

Arfan, N., & Hasan, H. A. (2022). Penerapan Digital Marketing dalam Upaya Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah. *ILTIZAM Journal of Shariah Economics Research*, 6(2), 212-224.

Buku Warung. 2022. Panduan Cara Jualan di Shopee untuk Pemula.

https://bukuwarung.com/cara-jualan-dishopee/#Langkah_Jualan_di_Shopee. Diakses pada 25 November 2023, pukul 20.30 WIB Desa Gayamharjo. 2023. Website. **<https://umkmgayamharjo.com/>**

Rarnadhani, Y. C., & Subardjo, A. (2022). Pelatihan Inovasi Marketplace Bagi UMKM. *Dinamisia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(6), 1572-1577 .

Muhlizi, A. F. (2017). Penataan regulasi dalam mendukung pembangunan ekonomi nasional. *Jurnal Rechts Vinding: Media Pembinaan Hukum Nasional*, 6(3), 349-368..

<https://www.bps.go.id/indicator/53/22/1/produktivitas.html>. Diakses pada 25 November 2023, pukul 20.30 WIB Desa Gayamharjo. 2023

<https://www.kominfo.go.id/content/detail/32999/bisnis-e-commerce-semakin-gurih/0/artikel>. Diakses pada 25 November 2023, pukul 20.30 WIB Desa Gayamharjo. 2023

Dwijayanti, A., & Pramesti, P. (2021). Pemanfaatan Strategi Pemasaran Digital menggunakan E-Commerce dalam mempertahankan Bisnis UMKM Pempek4Beradek di masa Pandemi Covid-19. *Ikra-Ith Abdimas*, 4(2), 68-73.

Naimah, R. J., Wardhana, M. W., Haryanto, R., & Pebrianto, A. (2020). Penerapan digital marketing sebagai strategi pemasaran UMKM. *Jurnal IMPACT: Implementation and Action*, 2(2), 119-130.

<https://yogyakarta.bps.go.id/subject/6/tenaga-kerja.html> Diakses pada 25 November 2023, pukul 20.30 WIB Desa Gayamharjo. 2023

https://www.dpr.go.id/dokjih/document/uu/UU_2014_6.pdf Diakses pada 25 November 2023, pukul 20.30 WIB Desa Gayamharjo. 2023