

Pemberdayaan Masyarakat Dalam Peningkatan UMKM Berbasis Wisata Edukasi

Airel Javier, Nurhadini; Dwizana; Anandita; Wahyu Joko; Nurul; Dinda Azzahra; Agil Arditya; Linda Kusumastuti W*

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Jl. Brawijaya, Geblagan, Tamantirto, Kec. Kasihan, Kabupaten Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta 55183

Email: lindawardana@umy.ac.id

DOI: <https://doi.org/10.18196/ppm.61.1191>

Abstrak

Dusun Klepu, yang terletak di Kelurahan Hargowilis, Kapanewon Kokap, Kabupaten Kulon Progo, DIY, merupakan sebuah desa dataran tinggi yang memiliki keunggulan geografis unik karena dekat dengan tujuan wisata populer. Desa ini menyediakan fasilitas homestay untuk para pelancong yang menjelajahi atraksi Kulon Progo. Terkenal atas perkebunan kelapanya, sebagian besar penduduk Dusun Klepu terlibat dalam produksi produk berbasis kelapa, seperti gula semut, geblek, jamu, kripik, gula aren, dan minuman tradisional, wedang uwuh. Selain itu, desa ini juga menjadi tempat bagi berbagai usaha kecil dan menengah (UMKM) yang terlibat dalam produksi makanan dan minuman, termasuk geblek dan minuman herbal. Namun, meskipun berbagai produk otentik diproduksi oleh UMKM lokal, hanya beberapa yang memiliki paparan pasar yang lebih luas karena pengetahuan terbatas tentang pemasaran digital dan perbandingan produk. Kesenjangan pengetahuan dalam hal pemasaran digital dan perbandingan produk ini menjadi hambatan pertumbuhan para pengusaha lokal. UMKM memainkan peran penting dalam ekonomi Indonesia, berkontribusi pada penciptaan lapangan kerja dan pendapatan rumah tangga. Oleh karena itu, program pengabdian masyarakat ini memberikan pemahaman kepada masyarakat untuk memahami pentingnya pemasaran digital dan perbandingan produk UMKM untuk berkembang dan sukses. Pemasaran digital, yang memanfaatkan teknologi digital dan media sosial, memiliki potensi besar untuk meningkatkan jangkauan dan keterlibatan pasar. Di sisi lain, perbandingan produk memainkan peran penting dalam membedakan produk, menarik konsumen, dan menciptakan loyalitas merek. Memahami dinamika kedua aspek ini sangat penting bagi pertumbuhan UMKM di Dusun Klepu, dan dalam konteks perkembangan ekonomi Indonesia secara lebih luas.

Kata Kunci: pemasaran digital, wisata edukasi, peningkatan nilai ekonomi

Pendahuluan

Dusun Klepu terletak di Kelurahan Hargowilis, Kapanewon Kokap, Kabupaten Kulon Progo, DIY, dan merupakan sebuah daerah dataran tinggi dengan struktur administratif yang terdiri dari 2 RW dan 6 RT. Keunikan geografisnya adalah kedekatannya dengan objek wisata populer, seperti Waduk Sermo, Kalibiru, Canting Mas Puncak Dipowono, Camping Ground Randu Alas, dan banyak tempat wisata lainnya. Ini menjadikan Dusun Klepu sebagai destinasi menarik bagi para wisatawan yang ingin menjelajahi Kulon Progo. Mengambil peluang ini, masyarakat Dusun Klepu menyediakan fasilitas homestay untuk menampung para wisatawan yang berkunjung ke desa tersebut. Selain itu, desa ini didominasi oleh perkebunan kelapa, dengan mayoritas penduduk bekerja sebagai petani dan buruh lepas yang terlibat dalam penyadapan nira kelapa. Hasilnya, nira kelapa diolah menjadi berbagai produk, seperti gula semut, geblek, jamu, kripik, gula aren, dan minuman tradisional wedang uwuh. Selain itu, Dusun Klepu juga memiliki kegiatan UMKM yang memproduksi produk makanan dan minuman seperti geblek dan minuman herbal. Selain sektor wisata, Dusun Klepu juga memiliki warisan budaya berupa seni musik tradisional Jawa, yaitu karawitan.

Meskipun banyak produk original yang dihasilkan oleh pelaku UMKM di Dusun Klepu, hanya beberapa produk yang memiliki pasar yang lebih luas. Ini disebabkan sebagian besar pelaku UMKM adalah individu berusia 35-50 tahun yang memiliki keterbatasan pengetahuan dalam hal pemasaran digital di era sekarang. Mereka juga kurang memahami pentingnya branding produk. Kelemahan dalam kedua aspek ini, yaitu digital marketing dan branding produk, telah menjadi faktor yang membatasi pengembangan pelaku UMKM. UMKM memiliki peran vital dalam ekonomi Indonesia, terutama dalam menciptakan lapangan kerja dan memberdayakan rumah tangga, yang mendukung pendapatan keluarga (S Yogesh, 2019). Oleh karena itu, penting untuk memahami bahwa digital marketing dan branding produk adalah indikator penting yang dapat membantu para pelaku UMKM dalam memajukan usaha mereka.

Konsep pemasaran digital (digital marketing) dianggap sangat relevan untuk diterapkan oleh UMKM dalam mempromosikan produk mereka. Kemajuan teknologi digital dan media sosial telah membuka peluang besar bagi UMKM untuk mengembangkan pasar mereka, terutama karena jumlah pengguna media sosial yang semakin meningkat (Purwana, 2017). Kehadiran digital marketing adalah upaya untuk mempromosikan produk dan layanan kepada pelanggan melalui berbagai saluran distribusi online. Ini mencakup pemanfaatan media sosial yang memungkinkan konsumen untuk mengakses informasi produk kapan saja dan di mana saja (Yudha Putra, 2021). Oleh karena itu, para pelaku UMKM harus mampu memanfaatkan perkembangan jaringan internet sebagai strategi pemasaran, termasuk membangun merek produk. Pengetahuan digital marketing memainkan peran penting dalam mempromosikan produk secara efektif.

Selain digital marketing, branding produk juga sangat penting untuk membantu produk UMKM bersaing di pasaran. Branding mencakup aspek nama produk, logo, dan tampilan visual produk yang dapat menarik perhatian calon pembeli. Memahami bagaimana menciptakan merek yang kuat adalah kunci kesuksesan dalam pemasaran produk UMKM. Dalam konteks ini, branding menjadi pengikat yang menghubungkan pelanggan dengan produk dan menciptakan loyalitas konsumen. Dengan memiliki merek yang kuat, UMKM dapat mempertahankan dan meningkatkan pangsa pasar mereka. Oleh karena itu, pemahaman yang baik tentang branding produk sangat penting dalam mengembangkan bisnis UMKM (Yudha Putra, 2021).

Metode Pelaksanaan

Program pengabdian masyarakat ini diselenggarakan melalui berbagai kegiatan yang bertujuan untuk memberikan pemahaman kepada para pelaku UMKM di Dusun Klepu mengenai pentingnya digital marketing dan branding produk mereka. Selama program ini, narasumber diundang untuk memberikan penjelasan seputar digital marketing dan branding produk. Pelaku UMKM dari Dusun Klepu diundang untuk menghadiri acara ini, bahkan mereka dapat membawa produk-produk UMKM mereka untuk konsultasi atau diskusi yang berkaitan dengan tema sosialisasi. Materi yang disampaikan meliputi pengertian, tujuan, dan manfaat digital marketing, media yang digunakan dalam pemasaran online, serta contoh-contoh desain logo produk. Penjelasan ini bertujuan memberikan dasar pemahaman kepada pelaku UMKM tentang teori dasar digital marketing sebelum mereka mengimplementasikannya, serta untuk menjelaskan manfaat memiliki identitas produk melalui logo yang menarik, terutama dalam aspek visual.

Pendekatan yang digunakan dalam program ini juga melibatkan metode diskusi, yang memungkinkan para pelaku UMKM untuk berinteraksi dan berdiskusi tentang hal-hal terkait pembuatan logo dan strategi pemasaran produk UMKM. Diskusi ini memungkinkan mereka untuk berkonsultasi satu sama lain dan berbagi pengalaman serta pengetahuan yang mereka miliki. Selain itu, program ini melibatkan metode praktik, yang mencakup dua kegiatan. Pertama, adalah praktik pembuatan travel hampers, yang bertujuan untuk meningkatkan minat wisatawan dalam membeli produk-produk UMKM dari Dusun Klepu melalui konsep wisata edukasi. Kedua, adalah praktik pembuatan desain logo produk. Hasil dari diskusi para pelaku UMKM digunakan sebagai ide dalam pembuatan logo produk ini.

Hasil dan Pembahasan

Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan menyelenggarakan sosialisasi mengenai digital marketing dan pengemasan produk secara daring kepada para pelaku UMKM yang beroperasi di Dusun Klepu. UMKM memiliki peran vital dalam menggerakkan perekonomian masyarakat, dan di Dusun Klepu, terdapat enam UMKM yang bergerak dalam produksi makanan dan minuman seperti gula semut, geblek, jamu, kripik, gula aren, dan wedang uwuh. Oleh karena itu,

pengembangan UMKM sangat penting untuk mendukung perekonomian lokal, dan sosialisasi mengenai strategi pemasaran digital menjadi krusial bagi para pelaku usaha.

Pada tanggal 16 Agustus 2023, kegiatan sosialisasi digital marketing dan pengemasan produk daring dilaksanakan di rumah salah satu warga Dusun Klepu, Kecamatan Kokap, Kabupaten Kulon Progo. Acara ini dihadiri oleh sekitar 10 peserta, yang merupakan pelaku UMKM di dusun tersebut. Sosialisasi tersebut dipandu oleh Ibu Linda Kusumastuti W., S.Pd., M.Sc., dan berlangsung dari pukul 08.30 WIB hingga 12.00 WIB. Dalam kegiatan ini, peserta mendapatkan pengetahuan yang bermanfaat mengenai pemasaran daring dan pengemasan produk, yang diharapkan dapat membantu mereka dalam mengembangkan usaha mereka lebih lanjut.

1. Penyuluhan Pemasaran Online Melalui Media Sosial

Perkembangan teknologi telah membuka peluang besar bagi pengusaha UMKM untuk memperluas pasar produk mereka dengan lebih mudah. Salah satu teknologi yang sangat efektif dalam pemasaran adalah media sosial. Selain relatif terjangkau secara biaya, media sosial memungkinkan penyebaran informasi yang lebih cepat dan jangkauan yang lebih luas. Penggunaan transaksi melalui E-Commerce juga membawa sejumlah keuntungan bagi perusahaan, termasuk peningkatan pendapatan melalui saluran online yang biayanya lebih rendah, pengurangan biaya terkait materi cetak seperti brosur, serta mempercepat pelayanan pelanggan dengan pembayaran elektronik yang tepat waktu.

Dalam konteks UMKM, digital marketing dianggap sebagai alat yang sangat efektif dalam pemasaran produk. Sebagaimana yang disebutkan oleh Purwana (2017), digital marketing adalah upaya promosi dan pencarian pasar yang dilakukan melalui media digital secara online, dengan memanfaatkan berbagai sarana seperti jejaring sosial. Oleh karena itu, kegiatan ini melibatkan narasumber yang memberikan materi tentang strategi pemasaran online, termasuk penggunaan media sosial seperti Instagram dan platform e-commerce seperti Shopee dan TikTok. Kegiatan ini bertujuan untuk memberikan pemahaman dan keterampilan kepada UMKM dalam memanfaatkan teknologi digital untuk mengembangkan bisnis mereka.



Gambar 1. akun bisnis untuk pemasaran online

Hasil sosialisasi menunjukkan bahwa para pelaku UMKM sudah memiliki pemahaman dasar tentang strategi pemasaran, meskipun belum sepenuhnya memanfaatkan teknologi yang tersedia saat ini. Mereka memahami teori strategi pemasaran, namun perlu wawasan lebih mendalam tentang praktik penerapannya dalam memasarkan produk. Tujuannya adalah agar produk yang mereka hasilkan bisa lebih dikenal oleh masyarakat secara luas dan memiliki daya saing yang kuat, baik di pasar domestik maupun di pasar internasional.

Penambahan pengetahuan dan wawasan dalam praktik pemasaran ini diharapkan dapat membantu pelaku UMKM memahami lebih baik bagaimana memasarkan produk mereka secara efektif dan efisien, terutama dalam era pesaing baru yang semakin bertambah dan kemajuan teknologi saat ini. Kemampuan untuk memahami strategi pemasaran digital menjadi kunci penting dalam menghadapi era digitalisasi. Selain itu, penting juga bagi mereka untuk memahami bagaimana membuat produk mereka menonjol di pasaran dan menarik minat konsumen. Salah satu elemen kunci dalam hal ini adalah desain dan kemasan produk yang menarik perhatian. Oleh karena itu, inovasi yang berkelanjutan dan kemampuan untuk memanfaatkan peluang pasar, seperti event, festival, dan pariwisata, merupakan faktor penting dalam kesuksesan UMKM. Para pelaku usaha perlu memiliki keterampilan dan pengetahuan untuk membaca peluang dan beradaptasi dengan kondisi pasar saat ini. Selama sosialisasi, mereka diajarkan bagaimana cara membranding produk mereka untuk menjalankan strategi pemasaran yang efektif.

2. Pendampingan Pengemasan Produk

Kegiatan pengabdian ini mencakup pelatihan, penyuluhan, serta bantuan dalam pengembangan kemasan dan label produk. Setelah mengikuti pelatihan, pelaku UMKM telah mulai menggunakan kemasan standing pouch untuk produk jajanan mereka. Salah satu daya tarik dari produk-produk UMKM adalah kreativitas dari para pelaku lokal yang mampu mengolah Sumber Daya Alam (SDA) setempat menjadi produk-produk kreatif dan menarik. Oleh karena itu, produk UMKM seringkali mencerminkan kekayaan Sumber Daya Alam (SDA) lokal yang diolah menjadi produk-produk dengan karakteristik unik. Kemasan standing pouch berbahan dasar metal yang berbahan dasar kertas saat ini menjadi tren di kalangan UMKM karena selain memiliki nilai ekonomis, juga memberikan daya tarik visual yang kuat melalui desain kemasan yang menarik.



Gambar 2. Produk sebelum proses pengemasan

Pentingnya pengemasan produk sangat memengaruhi penjualan, terutama dalam industri makanan dan minuman. Desain kemasan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli masyarakat, kepuasan pelanggan, hubungan yang harmonis antara perusahaan dan pelanggan, pembelian ulang, loyalitas pelanggan, serta rekomendasi melalui word of mouth yang dapat membantu pertumbuhan bisnis. Desain grafis adalah disiplin ilmu yang mempelajari bahasa visual, dan salah satu peran utamanya adalah untuk menyampaikan pesan dan komunikasi dalam penyampaian informasi. Pesan visual ini, seperti informasi produk atau jasa, dipersembahkan dengan cara yang komunikatif dan persuasif untuk tujuan publikasi, promosi, dan pemasaran melalui berbagai media, seperti televisi, website, majalah, surat kabar, brosur, dan sebagainya. Tujuan utamanya adalah memastikan bahwa pesan yang ingin disampaikan kepada audiens dapat dipahami dengan efektif, diterima, dan menghasilkan perubahan sikap sesuai dengan tujuan pemasaran. Oleh karena itu, dalam proses desain kemasan, beberapa hal yang perlu diperhatikan adalah aspek-aspek berikut:

- a. Komunikatif: Desain harus mudah dipahami oleh audiens, nyaman dilihat, sederhana, menarik, dan sesuai dengan preferensi audiens.
- b. Kreatif
- c. Sederhana
- d. Reprerentatif: Penggambaran objek harus sesuai dengan citra yang ingin disampaikan.
- e. Pemilihan Warna yang Sesuai
- f. Tipografi yang Kreatif: Penggunaan gaya tulisan yang sesuai dengan tujuan tanpa kelebihan.

Desain label kemasan yang kami berikan disesuaikan dengan permintaan mitra, seperti yang terlihat pada Gambar 3.



Gambar 3. Desain label kemasan produk

Pada desain label Gambar 3 sudah mencantumkan nama produk dari mitra. Desain tersebut juga telah memungkinkan mitra untuk mencantumkan nomor P-IRT dari produk. Pada desain label tersebut juga berisikan keterangan mengenai alamat telepon.



Gambar 4. Praktek pembuatan travel hampers

Kemasan bukan sekedar sebagai pembungkus semata, tetapi berperan juga sebagai alat bantu pemasaran, pencitraan produk, menampilkan identitas, legalitas, dan sebagai sumber informasi produk kepada konsumen. Dalam kegiatan pengabdian ini kami juga memberikan pelatihan kepada

ibu-ibu untuk membuat travel hamper agar produk UMKM yang dimiliki terlihat lebih indah dan dapat menjadi buah tangan (hampers) bagi konsumen yang membelinya.

Simpulan

Program pengabdian kepada masyarakat ini telah berhasil diselenggarakan dengan baik dan berjalan sesuai dengan rencana kegiatan yang telah disusun. Terbukti dengan antusiasme masyarakat, terutama pelaku UMKM, yang ikut serta dalam kegiatan sosialisasi yang kami adakan. Penggunaan teknologi digital telah memberikan dampak yang signifikan pada berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam bidang pemasaran. Sayangnya, perubahan dari pemasaran konvensional ke pemasaran digital belum sepenuhnya diikuti oleh pelaku UMKM, meskipun mereka memiliki potensi besar dalam memacu perekonomian Indonesia.

Konsep pemasaran berbasis teknologi digital menjadi harapan besar bagi UMKM untuk berkembang dan menjadi pilar penting dalam perekonomian. Media sosial, sebagai salah satu alat digital marketing, dapat digunakan oleh UMKM sebagai sarana efektif untuk mencapai konsumen mereka. Dengan biaya yang terjangkau dan tanpa memerlukan keahlian khusus, media sosial menjadi alat yang sangat potensial untuk menjangkau konsumen secara langsung.

Penyuluhan dan pelatihan seperti yang kami lakukan bertujuan untuk membangun kesadaran dan pemahaman mengenai digital marketing, serta memberikan langkah-langkah praktis dalam membuat dan mengelola akun media sosial. Namun, pelaku UMKM juga perlu memupuk rasa berani untuk mencoba hal baru, menjalani pendekatan profesional, dan bersabar dalam menunggu hasil sambil terus berinovasi. Dengan begitu, diharapkan UMKM dapat semakin sukses dalam memanfaatkan teknologi digital untuk pertumbuhan bisnis mereka.

Ucapan Terima Kasih

Kami ingin mengucapkan terima kasih kepada LPPM UMY yang telah memberikan dukungan berupa pembiayaan dan fasilitasi program pengabdian masyarakat ini. Serta, terima kasih kepada Bapak Haryono, Kepala Dukuh Klepu, yang telah memberikan izin untuk terselenggaranya kegiatan pengabdian masyarakat ini. Kami juga ingin mengungkapkan rasa terima kasih kepada seluruh warga Dukuh Klepu, termasuk pelaku UMKM dan masyarakat sekitar, yang telah berkontribusi dan menerima kami dengan baik selama pelaksanaan program kerja ini.

Daftar Pustaka

- Purwana, e. a. (2017). *Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit.*
- S Yogesh, N. S. (2019). *Digital Marketing And Its Analysis.*
- Yudha Putra, P. Y. (2021). *Branding Produk Dalam Menjaga Loyalitas Konsumen Pada Masa Pandemi Covid-19.*