

Peningkatan Penjualan Produk Yangko Melalui Pengembangan Jaringan Pasar di Dusun Pundung, Kulon Progo

Indardi¹, Salmah Orbayinah²

1 First Author Affiliation: Agribisnis, Pertanian, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, DI Yogyakarta 55183

2 Second Author Affiliation: Farmasi, FKIK, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, DI Yogyakarta 55183

Email: indardi@umy.ac.id; orbayinah_salmah@umy.ac.id

DOI: <https://doi.org/10.18196/ppm.54.939>

Abstrak

Tujuan Pengabdian KKN PPM untuk membantu pelaku usaha dalam meningkatkan ekonomi melalui motivasi penggunaan media online, pemberian keterampilan, pemasaran produk yangko melalui pengembangan jaringan pasar baik secara online maupun offline. Metode yang digunakan dalam pengabdian meliputi: penyuluhan, pelatihan, dan pendampingan. Sasaran program pengabdian KKN PPM adalah pelaku usaha yangko yang ada di Dusun Pundung, Banaran, Galur, Kulon Progo. Program yang dilakukan dalam pengabdian adalah 1) pemberian motivasi kepada pelaku usaha untuk menggunakan aplikasi media sosial dan memberikan pengetahuan tentang pemasaran digital marketing, 2) memberikan pelatihan dalam praktik penggunaan media sosial dan melakukan perluasan pasar produk yangko secara offline, dan 3) melakukan pendampingan dalam implementasi pengembangan pasar online dan offline. Hasil menunjukkan bahwa pelaku usaha yangko mengikuti kegiatan penyuluhan dengan serius dan memberikan banyak pertanyaan. Pelaku usaha serius dalam mengikuti praktek penggunaan aplikasi media sosial maupun dalam membuka pasar offline. Kesungguhan pelaku usaha juga ditunjukkan dalam kegiatan pendampingan setelah penyuluhan dan pelatihan. Disarankan ada pemantauan lebih lanjut oleh pemerintah desa kedepannya agar usaha tetap berjalan baik.

Kata kunci: Produk Yangko, Digital Marketing, Jaringan Pasar

Abstract

The purpose of the PPM Community Service is to assist business actors in improving their economy through the motivation of using online media, providing skills, marketing good products through developing market networks both online and offline. The methods used in the service include: counseling, training, and mentoring. The target of the PPM KKN service program is business actors who are in the Dusun Pundung, Banaran, Galur, Kulon Progo. The programs carried out in the service are 1) providing motivation to business actors to use social media applications and providing knowledge about digital marketing, 2) providing training in the practice of using social media and expanding the market for offline products, and 3) providing assistance in implementation of online and offline market development. The results showed that the business actors who took the counseling activities seriously and asked many questions. Business actors are serious in following the practice of using social media applications as well as in opening offline markets. The seriousness of business actors is also shown in mentoring activities after counseling and training. It is recommended that there is further monitoring by the village government in the future so that the business continues to run well.

Keyword: Yangko Products, Digital Marketing, Market Network

Pendahuluan

Kegiatan pengabdian program KKN PPM yang dilakukan oleh dosen berkaitan dengan perannya sebagai Dosen Pembimbing Lapangan (DPL) dilaksanakan di lokasi dimana mahasiswa melakukan kegiatan KKN. Pada kesempatan ini DPL mendapatkan tugas membimbing mahasiswa KKN IT reguler kelompok 86 yang berlokasi di Dusun Pundung, Desa Banaran, Kecamatan Galur, Kulon Progo. Dusun Pundung dipimpin oleh seorang kadus bernama Bapak Supriyono. Pekerjaan utama masyarakat Dusun Pundung umumnya sebagai petani baik sebagai petani padi, jagung, ubi kayu, maupun palawija (kacang tanah, kedelai, dan kacang Panjang). Pekerjaan lainnya ada yang bekerja sebagai buruh tani, usaha ternak kambing, usaha ternak sapi, dan unggas (ayam, entog, dan bebek) sebagai sampingan. Disamping itu ada sebagian masyarakat yang bekerja sebagai pedagang, berwirausaha, dan jasa yang dapat dikategorikan sebagai Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). UMKM adalah sebuah kegiatan usaha yang dijalankan oleh masyarakat dengan tujuan memperluas lapangan pekerjaan serta memberi pelayanan ekonomi kepada masyarakat. Usaha Kecil Menengah (UKM) sering disebut juga sebagai Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) merupakan salah satu kekuatan pendorong terdepan dalam pembangunan ekonomi [1]. Tak hanya itu, Usaha Mikro, Kecil dan Menengah dianggap sebagai salah satu fondasi yang penting dalam mendukung kokohnya perekonomian masyarakat pedesaan. Dari hasil kajian [2] dipandang perlu, bagi pelaku

UMKM khususnya di RW 12 Desa Cipacing selalu meningkatkan jiwa *entrepreneurship* secara kontinyu, melayani konsumen yang ramah dan menggunakan kata-kata empati yang tidak menggunakan modal kerja untuk kebutuhan konsumtif serta menjalin kerjasama dengan pemerintah dan calon pemodal. Kegiatan kewirausahaan yang dilakukan sebagian warga Dusun Pundung antara lain adalah usaha produksi growol, usaha yangko, usaha kacang bawang, usaha galudeng, usaha roti ayu dan usaha peyek.

Hal yang menarik dari Dusun Pundung adalah usaha Yangko Bu Sukinem yang dilakukan oleh sebuah keluarga yang terdiri dari 4 orang anggota yakni suami, istri dengan satu anak kandung dan seorang keponakan yang sudah lulus sekolah SMK. Usaha Yangko Bu Sukinem memiliki omset sebesar Rp 500.000,- hingga Rp 600.000,- tiap harinya. Produksi tiap hari sebesar 150 bungkus yangko, di mana setiap bungkusnya terdiri dari 5 potong/ biji yangko dengan harga Rp 4000,- per bungkusnya. Saat ini usaha Yangko Bu Sukinem memiliki variasi dua macam warna, yakni yangko warna merah dan warna hijau. Selama ini penjualan produk yangko dilakukan dengan cara dititipkan teman pedagang dipasar kurang lebih dua puluh bungkus dan selebihnya sebanyak 130 bungkus dititipkan kepada tengkulak yang ada dipasar. Sesungguhnya pelaku usaha Yangko Bu Sukinem ini memiliki beberapa keterampilan membuat produk berbahan baku ketan selain yangko, yakni produk wajik, jadah, ketak, semar mendem, lempur dan sebagainya. Kegiatan pengabdian masyarakat program KKN PPM di Dusun Pundung kali ini difokuskan pada usaha Yangko Bu Sukinem yang memiliki potensi dan layak untuk dikembangkan. Dari sisi bahan baku beras ketan mudah didapatkan dilingkungan dusun Pundung dengan harga yang terjangkau. Dari sisi kemampuan menghasilkan produk, pelaku usaha memiliki potensi untuk dikembangkan. Pelaku usaha memiliki kapasitas untuk menghasilkan berbagai produk berbahan baku ketan, mampu melakukan diversifikasi produk yangko beraneka rasa. Dari sisi pemasaran keluarga pelaku usaha memiliki kemampuan yang bisa dikembangkan dalam penggunaan IT melalui *digital marketing*. Pelaku usaha juga memiliki semangat jika jejaring pasar yangko dikembangkan. Berbagai persoalan usaha Yangko Bu Sukinem yang ada di Dusun Pundung meliputi kegiatan pemasaran yang masih terbatas. Pemasaran dilakukan hanya dengan dititipkan di seorang tengkulak dan 5 orang pedagang pasar. Hal inilah sebagai salah satu permasalahan yang membuat daya saing UMKM masih rendah adalah terbatasnya kemampuan para pelaku usaha dalam melakukan pemasaran [3]. Pelaku usaha belum memanfaatkan IT dalam memasarkan produk yangko. Hal ini karena pelaku usaha belum memiliki peralatan pendukung pemasaran secara *online*. Persoalan lain peralatan produksi (alat membuat tepung ketan) dalam kondisi rusak, yang tidak mungkin lagi bisa diperbaiki, sementara kondisi keuangan sangat terbatas. Dana hanya cukup untuk biaya operasional saja. Sementara ini pelaku usaha juga masih mengandalkan tenaga fisik (termasuk membuat tepung ketan) hanya dari diri dan suaminya. Pelaku usaha belum memikirkan pengembangan usaha dengan menggunakan SDM dari luar keluarga.

Mengacu pada berbagai permasalahan di atas, pengabdian program KKN PPM ini difokuskan pada permasalahan terkait cara pemasaran yang masih manual dan terbatas yang hanya dititipkan pada tengkulak dan teman yang terdiri dari 5 warung, serta keterampilan yang terbatas dalam menggunakan IT untuk kegiatan pemasarannya. Selanjutnya berdasarkan diskusi antara mitra dengan pelaku pengabdian, akhirnya disepakati bahwa permasalahan yang diprioritaskan dalam pengabdian masyarakat program KKN PPM adalah kegiatan untuk mengatasi masalah

keterbatasan pemasaran yang selama ini dilakukan oleh pelaku usaha yangko (Bu Sukinem) di Dusun Pundung.

Berdasarkan rumusan masalah yang sudah disepakati antara tim pengabdian dengan mitra maka ditawarkan solusi-solusi untuk menyelesaikan permasalahan yang dihadapi. Untuk memecahkan masalah keterbatasan pemasaran dilakukan kegiatan penyuluhan dan pelatihan pengembangan pasar baik secara *online* maupun *offline*. Penjualan *online* memiliki keunggulan yaitu harga yang dijual lebih menguntungkan bagi mitra karena sasaran pasarnya adalah pengguna langsung [4]. Untuk memberikan pemahaman tentang pemanfaatan media sosial sebagai media pemasaran secara *online* dilakukan kegiatan penyuluhan penggunaan media sosial *facebook*, *instagram*, dan *whatsapp business*. Selanjutnya dilakukan kegiatan pelatihan penggunaan media sosial (*facebook*, *instagram*, dan *whatsapp business*) agar pelaku usaha yangko memiliki keterampilan praktis dalam penggunaan media sosial tersebut untuk menjual produknya secara *online*. Dalam pengabdian masyarakat yang dilakukan oleh [5] pelatihan *online shop* melalui *bukalapak*, *shopee* dan *tokopedia*, pembuatan akunnya sudah dilakukan oleh tim pelaksana sehingga pada saat pelatihan, mitra langsung mempraktikkan pada smartphonenya dengan proses instalasi yang dibantu oleh tim pelaksana. Sedangkan dalam pengabdian program KKN PPM ini pelatihan dilakukan mulai dari instalasi pembuatan akun aplikasi media sosial (*facebook*, *instagram*, dan *whatsapp business*) dan mengupload foto produk yang dilakukan oleh tim bersama mitra. Penentuan penggunaan aplikasi media sosial (*facebook*, *instagram*, dan *whatsapp business*) dilakukan berdasarkan kesepakatan dengan pelaku usaha, hal mana ketiga aplikasi media sosial tersebut memiliki jaringan yang cukup baik di Dusun Pundung dan pelaku usaha sudah familiar. Dengan demikian diharapkan pelaku usaha yangko bisa menjual produknya secara lebih luas melalui media sosial. Untuk meningkatkan penjualan yangko dalam waktu yang lebih cepat tim pengabdian dan pelaku usaha juga sepakat untuk membantu membuka jaringan pasar secara *offline*. Kegiatan pengembangan pasar dengan membuka jejaring pasar secara *offline*, dilakukan dengan cara menitipkan produk yangko kepada para pedagang secara lebih luas, baik pada pasar tetangga desa, pasar-pasar yang berada di kecamatan lain (selain Galur) yang ada di Kulon Progo maupun di pasar-pasar yang ada di Kabupaten Bantul. Selanjutnya untuk mendukung pengembangan pasar baik secara *online* maupun *offline* perlu bantuan mesin otomatis pengolah ketan menjadi tepung ketan. Sehingga proses pembuatan bahan baku yangko (tepung ketan) bisa diproduksi dalam jumlah yang besar dalam waktu yang lebih singkat, serta dengan kualitas tepung yang lebih halus. Selanjutnya untuk memastikan pelaku usaha yangko bisa benar-benar menjual produknya secara *online* melalui media sosial serta menjual secara *offline* melalui pengembangan jejaring pasar, maka dilakukan pendampingan. Dengan demikian pendampingan dilakukan setelah kegiatan penyuluhan dan pelatihan. Luaran yang dihasilkan dari kegiatan pelatihan berupa keterampilan pelaku usaha yangko dalam mengaplikasikan media sosial (*facebook*, *instagram*, *wahatsapp business*) dalam kegiatan pemasaran produk yangko secara *online*.

Luaran yang dihasilkan dalam kegiatan penyuluhan berupa peningkatan pengetahuan dan pemahaman terkait manfaat dan penggunaan media sosial (*facebook*, *instagram*, *wahatsapp business*) untuk kepentingan bisnis. Jaringan *online* memudahkan siapa saja membangun link tanpa perlu keluar modal banyak [6]. Strategi pemasaran berbasis teknologi (*digital marketing*) dapat menjadi kekuatan utama mendongkrak penjualan suatu produk [7]. Luaran dari kegiatan pembukaan

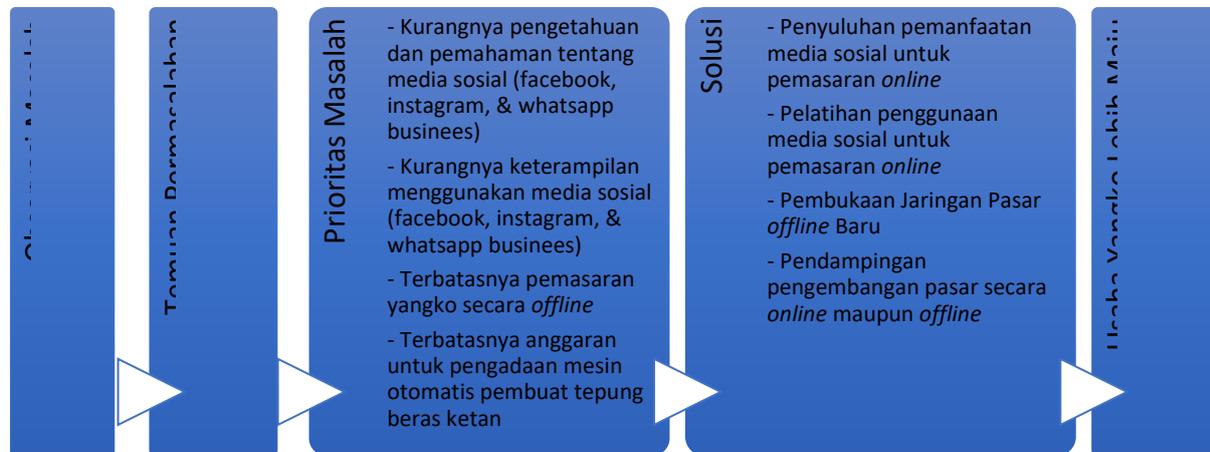
jaringan pasar produk yangko secara *offline* adalah berupa bertambahnya pedagang ataupun tengkulak yang bisa dititipi produk yangko untuk pasar-pasar yang ada di sekitar desa, di wilayah Kecamatan Galur, di wilayah Kabupaten Kulon Progo maupun di pasar Kabupaten Bantul. Untuk mengukur adanya peningkatan pengetahuan, pemahaman dan praktik mengoperasikan media sosial (*facebook, instagram, whatsapp business*) serta peningkatan pembukaan jaringan pasar *offline* diukur dengan menggunakan instrumen *pre-test* dan *pos-test*. Hasil kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan oleh [8], menunjukkan hasil kegiatan adanya pemahaman mitra tentang pemasaran melalui media sosial; mampu membuat toko pada *marketplace* dan promosi melalui sosial media secara mandiri.

Metode Pelaksanaan

Kegiatan pengabdian masyarakat program KKN PPM dengan topik “Peningkatan Penjualan Produk Yangko Melalui Pengembangan Jaringan Pasar Di Dusun Pundung, Desa Banaran”, menggunakan metode penyuluhan, pelatihan, dan pendampingan. Metode penyuluhan dan pelatihan ini juga digunakan dalam pengabdian masyarakat yang dapat meningkatkan pengetahuan, keterampilan Sumber Daya Manusia (SDM) dari pengusaha UKM kelompok pangan dan batik yang ada di kecamatan Tugu [9]. Dalam kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan oleh [10] menyimpulkan bahwa dengan pemasaran *online* anggota Kelompok Usaha Bersama (KUB) “Srikandi” tidak lagi mengalami kesulitan dalam memasarkan produknya yang mana selama ini kurang dikenal oleh masyarakat luas khususnya di wilayah Kabupaten Kendal. Metode pelaksanaan kegiatan dalam pengabdian masyarakat program KKN PPM ini untuk mencari solusi yang mencakup 3 bidang permasalahan yang dihadapi mitra khususnya permasalahan dalam bidang pemasaran yakni a) permasalahan terkait rendahnya pengetahuan dan pemahaman dalam penggunaan media *online* untuk kepentingan bisnis; b) belum adanya keterampilan pelaku usaha produk yangko dalam memanfaatkan media sosial untuk pengembangan pasar secara *online*; dan c) masih terbatasnya pasar *offline* yang hanya terdiri dari seorang tengkulak dan beberapa pedagang di pasar terdekat dalam menitipkan produk yangko.

Partisipasi mitra dalam pelaksanaan pengabdian masyarakat program KKN PPM meliputi a) partisipasi mitra dalam kegiatan penyuluhan untuk meningkatkan pengetahuan dan pemahamannya dalam penggunaan media sosial untuk keperluan bisnis, b) partisipasi mitra dalam mengikuti pelatihan (praktik langsung) menggunakan media sosial (*facebook, instagram, whatsapp business*), c) partisipasi mitra dalam kegiatan pengembangan jejaring pasar *offline* baru yang ada di berbagai pasar di wilayah Kecamatan Galur, di wilayah Kabupaten Kulon Progo maupun pasar di Kabupaten Bantul. Digital marketing adalah kegiatan promosi dan pencarian pasar melalui media digital secara *online* [11]. Sedangkan dalam pembukaan pasar *offline* kegiatannya melibatkan mahasiswa KKN kelompok 86 dalam membantu pembukaan jaringan pasar baru. Untuk menunjang keberhasilan pelaku usaha yangko, tim pengabdian membantu mesin otomatis pembuat tepung beras ketan sehingga proses produksi lebih cepat, kapasitas produksi lebih besar, dan kualitas tepung lebih baik.

Berdasarkan uraian di atas dapat digambarkan langkah dan metode dari solusi terkait pengembangan jaringan pasar baik secara *online* maupun *offline* produk yang ada di Dusun Pundung dapat dilukiskan seperti pada gambar 1.



Gambar 1: Langkah dan metode pengembangan jaringan pasar secara *online* dan *offline* produk yangko di Dusun Pundung

Kegiatan evaluasi terkait dengan pelaksanaan program dilakukan dengan pembuatan kuesioner pre-test dan pos-test. Hal ini untuk mengukur seberapa jauh peningkatan pengetahuan, pemahaman, keterampilan dalam menggunakan media sosial serta seberapa besar peningkatan jejaring pasar setelah dilakukan program KKN PPM. Selanjutnya terkait keberlanjutan program maka dilakukan pendampingan selama 3 minggu setelah pelaksanaan kegiatan penyuluhan dan pelatihan.

Hasil dan Pembahasan

Program pengabdian KKN PPM berlangsung selama tiga bulan yang dilakukan sebelum penerjunan, dan selama berlangsungnya kegiatan KKN IT periode 2021-2022 pada bulan Februari 2022. Dilanjutkan pendampingan setelah kegiatan KKN IT periode 2021-2022 ditarik. Kegiatan pengabdian masyarakat dengan topik Peningkatan Penjualan Produk Yangko Melalui Pengembangan Jaringan Pasar di Dusun Pundung, Kulon Progo. Kegiatan pengabdian mencakup pelaksanaan, 1) penyuluhan pemberian pengetahuan dan wawasan terkait penggunaan aplikasi media social untuk kegiatan pemasaran secara online. 2) pelatihan praktik penggunaan aplikasi media social untuk pengembangan pasar online dan praktik memperluas jaringan pasar *offline* produk yangko, 3) melakukan pendampingan dalam pengembangan pasar baik secara online maupun *offline*. Hasil kegiatan pengabdian masyarakat program KKN PPM dapat dijelaskan sebagai berikut ini.

1. Penyuluhan Aplikasi Media Sosial

Pada tanggal 12 Februari 2022 dilakukan penyuluhan melalui tatap muka terhadap pelaku usaha yangko di Dusun Pundung, Desa Banaran. Kegiatan dilakukan di posko KKN kelompok 86. Penyuluhan bertujuan untuk mengidentifikasi masalah dan memberikan motivasi yang terjadi pada UMKM yangko agar mengenal dan memahami pentingnya penggunaan aplikasi media sosial untuk kegiatan digital marketing demi kemajuan usahanya. Beberapa permasalahan pemasaran yang

dialami UMKM yangko adalah seringnya produk yangko yang dititipkan di warung tidak laku terjual dan dikembalikan kepada pelaku usaha. Sehingga seringkali pelaku usaha yangko menjadi rugi padahal ia memproduksi yangko dalam jumlah banyak dengan modal usaha yang sangat terbatas. Permasalahan lain, konsumen biasanya hanya membeli dengan cara pemesanan seperti untuk keperluan hajatan disekitar rumah sehingga ketika tidak musim hajatan, jarang sekali ada pesanan. Hal ini berarti aliran penjualan yangko relatif sangat terbatas. Sementara penjualan melalui penitipan seorang tengkulak dan beberapa warung (5 warung) di pasar juga terbatas. Terkait hal tersebut penting dilakukan penyuluhan mengenai pentingnya aplikasi media sosial (*facebook*, *Instagram*, dan *whatsapp business*) untuk memperluas pasar yangko secara *online*. Penggunaan media sosial seperti Instagram dan Facebook yang semakin meningkat, dapat dimanfaatkan dalam menjangkau konsumen yang lebih luas dan tertarget dengan cara membuat konten yang tepat secara organik (tidak berbayar) [12]. Penyuluhan yang diberikan kepada pelaku usaha yangko yaitu pemberian motivasi untuk lebih baik dalam mengenal dan memahami tentang pemasaran digital marketing. Kegiatan ini memiliki tujuan tersendiri agar pelaku usaha memiliki pemikiran yang berkembang dan terbuka untuk memanfaatkan aplikasi media sosial bagi pemasaran produk yangko secara *online*. Hal yang sangat penting dalam penyuluhan berarti menyangkut pemberian motivasi untuk menggunakan aplikasi media sosial (*facebook*, *Instagram*, dan *whatsapp business*) bagi pemasaran yangko secara *online*. Penyuluhan yang diberikan selanjutnya adalah penyuluhan terkait pemberian pengetahuan mengenai penggunaan aplikasi media sosial untuk pemasaran yangko secara *online*. Penyuluhan motivasi penggunaan aplikasi media sosial berjalan secara lancar. Ada berbagai pertanyaan yang disampaikan oleh pelaku usaha terhadap narasumber. Diskusi yang terjadi selama penyuluhan berjalan dengan santai, terkadang ada canda tetapi tetap berjalan secara serius, fokus terhadap topik penyuluhan.



(a)



(b)

Gambar 2: (a) penyuluhan motivasi untuk menggunakan pemasaran secara *online* (b) penyuluhan pemberian pengetahuan aplikasi media sosial (*facebook*, *Instagram*, dan *whatsapp business*)

Kegiatan penyuluhan juga diberikan kepada pelaku usaha yangko yang ada di Dusun Pundung, Desa Banaran tentang peningkatan penjualan yangko dalam waktu singkat. Yakni penyuluhan untuk meyakinkan pelaku usaha yangko untuk memasarkan secara *offline* dengan cara menitipkan produk yangko ke berbagai warung yang ada di pasar-pasar, baik di pasar Desa Banaran, pasar-pasar di wilayah Kecamatan Galur, ataupun pasar-pasar di luar Kecamatan Galur yang ada di Kabupaten Kulon Progo. Perluasan jejaring pasar secara *offline* juga dilakukan dengan menitipkan

produk yangko di warung-warung yang ada di pasar Mangiran, Kabupaten Bantul, mengingat jarak antara Dusun Pundung dengan pasar Mangiran tidak terlalu jauh (hanya menyeberangi kali Progo). Ternyata gagasan penyuluhan membuka jejaring pasar secara *offline* ini di setuju oleh pelaku usaha yangko. Di sepakati pihak yang membantu membuka jejaring pasar *offline* dengan cara menitipkan ke warung-warung yang ada di berbagai pasar tersebut di lakukan pada kesempatan beberapa hari lain oleh mahasiswa KKN kelompok 86 Dusun Pundung, Desa Banaran bersama pelaku usaha yangko.

2. Pelatihan Pengembangan Jaringan Pasar

Pelatihan dilaksanakan pada tanggal 13 Februari 2022 dengan memberikan pelatihan praktik penggunaan media sosial dan melakukan perluasan pasar produk yangko secara *offline* yang melibatkan semua mahasiswa KKN kelompok 86 yang ada di Dusun Pundung. Pelatihan diberikan dalam dua sesi, 1) praktik pembuatan digital marketing meliputi pembuatan aplikasi media social *facebook*, *instagram* dan *whatsapp business* serta 2) praktik membuka pasar *offline* dengan menitipkan produk yangko ke warung-warung baik ditingkat Desa Banaran, Kecamatan Galur, warung di luar Kecamatan Galur maupun warung yang ada di pasar Mangiran Kabupaten Bantul. Pelatihan praktek digital marketing diawali dengan membuat akun *facebook*, *instagram* dan *whatsapp business* sebagai media promosi produk yangko. Ketiga aplikasi media sosial ini digunakan sebagai media promosi utama produk yangko Bu Sukinem agar produk lebih dikenal oleh banyak orang, sehingga tidak hanya dikenal di lingkungan setempat (Dusun Pundung, dan beberapa dusun di lingkungan Desa Banaran) tetapi juga dikenal di wilayah Galur, di kecamatan-kecamatan lain yang ada di Kulon Progo bahkan di kabupaten lain di luar Kabupaten Kulon Progo. Setelah praktek pembuatan akun aplikasi media sosial (*facebook*, *instagram* dan *whatsapp business*), dilanjutkan praktek membuat konten ketiga aplikasi media sosial tersebut. Praktek pembuatan konten diawali dengan membuat foto produk yangko yang menarik dan di upload di ketiga aplikasi media sosial. Selain itu tim pengabdian membuatkan *marketplace* di *facebook* untuk mempromosikan produk yangko bersama beberapa produk UMKM yang lain yang ada di Dusun Pundung. Pelaku usaha yangko juga diberikan beberapa gambaran tentang berbagai kemasan produk yangko agar lebih menarik bagi konsumen. Tim pengabdian memberikan berbagai alternatif pengemasan produk disesuaikan dengan kebutuhan dan keawetan produk. Dalam proses pelatihan pelaku usaha dituntun setiap tahapannya oleh narasumber, mulai dari pembuatan akun media social (*facebook*, *instagram* dan *whatsapp business*), pembuatan foto produk, pembuatan *marketplace*, mengupload foto produk di *marketplace*, hingga cara mengganti foto produk di *marketplace*. Pengabdian yang dilakukan oleh [13] menunjukkan bahwa pelatihan usaha dengan memanfaatkan *marketplace* diperlukan untuk meningkatkan dan mempertahankan daya ekonomi di masa pandemi atau di luar masa pandemi. Berdasarkan pelaksanaan selama proses pelatihan aplikasi media sosial menunjukkan bahwa pelaku usaha yangko mengikuti kegiatan dengan semangat, serius namun nampak santai serta memberikan banyak pertanyaan.

Pada saat pelatihan ini muncullah gagasan yang sangat segar, bagaimana agar UMKM produk yangko bisa berkembang dan maju bersama dengan produk-produk UMKM yang lain yang tidak hanya dihasilkan oleh Dusun Pundung, tetapi juga dihasilkan oleh UMKM dusun-dusun lain yang ada di Desa Banaran. Akhirnya disepakati pembuatan pasar bersama yang diisi oleh UMKM produk yangko dengan berbagi produk yang lain dari UMKM-UMKM yang ada di Desa Banaran. Pasar

bersama ini diberi nama “*The Banaran Online Shop*”. Kemudian mahasiswa KKN kelompok 86 pada kesempatan lain berkoordinasi dengan kelompok-kelompok KKN di dusun lain untuk menginformasikan adanya “*The Banaran Online Shop*”. Ketua kelompok KKN di masing-masing dusun diminta untuk mendaftar UMKM-UMKM yang tertarik untuk bergabung di “pasar *online* bersama” Desa Banaran. Kebetulan ketua KKN kelompok 86 sekaligus sebagai ketua kelompok KKN tingkat desa. Dengan demikian koordinasi mudah dilakukan untuk mengisi konten berbagai produk UMKM yang ada di Desa Banaran dalam “*The Banaran Online Shop*”.



(a)

(b)

Gambar 3: (a) pelatihan pembuatan akun *facebook* untuk pelaku usaha yangko, (b) pelatihan pembuatan *marketplace* produk yangko bersama beberapa produk UMKM yang lain.

Disamping itu kegiatan pelatihan juga diberikan kepada pelaku usaha yangko secara *offline* dengan cara memperluas jaringan pasar dengan menitipkan lebih banyak lagi kepada warung-warung baik yang ada disekitar Desa Banaran, di sekitar wilayah Kecamatan Galur, ataupun warung-warung yang ada di pasar kecamatan lain yang ada di Kulon Progo, juga di pasar Mangiran Kabupaten Bantul. Hal mana dalam kegiatan pelatihan praktik langsung membuka pasar *offline* dilaksanakan selama seminggu setelah pelatihan aplikasi media social (*facebook*, *instagram* dan *whatsapp business*). Praktik membuka pasar produk yangko secara *offline* dilakukan oleh pelaku usaha yangko bersama mahasiswa KKN kelompok 86 dengan cara menitipkan produk yangko kepada warung-warung baik yang ada di pasar desa, pasar-pasar di wilayah Kecamatan Galur, maupun pasar-pasar diluar wilayah Galur yang ada di Kabupaten Kulon Progo. Perluasan jaringan pasar untuk menjual yangko Bu Sukinem secara *offline* ini akhirnya mahasiswa KKN kelompok 86 bersama pelaku usaha dapat menitipkan produk yangko sebanyak 12 warung baru. Dalam hal ini mahasiswa KKN kelompok 86 dan pelaku usaha dapat menitipkan produk yangko di 3 warung yang ada disekitar Desa Banaran, ada 4 warung yang ada di pasar-pasar di wilayah Kecamatan Galur, ada 4 warung di kecamatan-kecamatan lain di Kulon Progo serta 1 warung yang ada di pasar Mangiran, Kabupaten Bantul. Dengan demikian dalam waktu yang sangat pendek usaha Yangko Bu Sukinem sudah bisa meningkatkan penjualannya melalui jaringan pasar *offline*. Berdasarkan informasi dari mahasiswa dan pelaku usaha selama seminggu praktik membuka pasar *offline*, mereka nampak sungguh-sungguh (serius) namun santai, banyak diskusi antara mahasiswa dengan pelaku usaha ketika dalam perjalanannya menitipkan produk yangko ke warung-warung baik ditingkat desa, kecamatan, kecamatan lain maupun di pasar Mangiran Bantul.

Dalam pelatihan pengembangan jaringan pasar baik *online* maupun *offline* ini menjadi mudah bagi Bu Sukinem karena proses produksi yangko juga sudah bisa lebih cepat dengan adanya bantuan modal mesin otomatis pembuat tepung ketan. Dengan mesin otomatis ini kapasitas pembuatan tepung ketan lebih besar, proses produksi tepung lebih cepat dan produk tepung yang dihasilkan lebih baik (halus). Selanjutnya kapasistas dalam proses produksi yangko juga akan lebih besar dan lebih cepat.

3. Pendampingan Pengembangan Jaringan Pasar

Kegiatan pendampingan pengembangan jaringan pasar secara *online* dan *offline* dilakukan selama 3 minggu setelah kegiatan pelatihan. Pendampingan pemasaran secara *online* dilakukan untuk memastikan bahwa pelaku usaha yangko masih tetap aktif memanfaatkan digital marketing melalui aplikasi media social (*facebook*, *instagram* dan *whatsapp business*). Dalam kegiatan pendampingan ini tim pengabdian menambahkan keterampilan dalam pembuatan foto aneka kemasan produk yangko. Selanjutnya foto-foto berbagai kemasan produk yangko ini diupload melalui *marketplace* di aplikasi *facebook*. Dalam kegiatan pendampingan ini juga memantau penggunaan mesin otomatis pembuat tepung ketan yang dapat beroperasi secara normal. Selanjutnya dalam pendampingan ini juga memastikan tim admin UMKM tetap bekerja untuk berlangsungnya kegiatan pasar *online* bersama. Selama pendampingan ditemukan sejumlah permasalahan terkait beroperasinya pemasaran produk yangko yang dialami pelaku usaha maupun permasalahan dalam operasionalnya pasar *online* bersama. Bagi pelaku usaha yangko nampak masih belum terampil dalam menggunakan aplikasi media social (*facebook*, *instagram* dan *whatsapp business*) sehingga masih bergantung kepada admin. Sementara permasalahan dalam mengoperasikan pasar *online* bersama juga hanya bergantung kepada seorang admin saja (Mas Omer). Disisi lain admin juga memiliki begitu banyak kesibukan dan kegiatan dalam usahanya sebagai salah satu pelaku UMKM (produksi roti dan aneka snack). Terkait hal tersebut ke depannya perlu dipikirkan adanya kegiatan pelatihan serupa untuk memberikan pelatihan kepada lebih banyak lagi SDM yang bergerak dibidang kewirausahaan berbagai produk UMKM yang dilakukan oleh pemerintahan Desa Banaran. Dengan demikian pelaku usaha yangko bersama pelaku-pelaku usaha berbagai produk UMKM lainnya yang ada di Dusun Pundung maupun di dusun-dusun lainnya yang ada di wilayah Desa Banaran semakin familiar dengan penggunaan aplikasi media social *facebook*, *instagram* dan *whatsapp business* maupun aplikasi-aplikasi digital marketing yang lainnya.

Pendampingan pemasaran secara *offline* kepada pelaku usaha yangko terutama ditujukan untuk memastikan bahawa pasar-pasar baru yang sudah bersedia dititipi produk yangko pada waktu pelatihan membuka pasar secara *offline*, tetap bisa berjalan (berkelanjutan). Pelaku usaha yangko merasa senang karena karena dalam waktu yang relative pendek mampu meningkatkan penjualan melalui 12 warung baru. Pada kegiatan pendampingan ini muncul permasalahan terkait dengan terbatasnya SDM baik dalam proses produksi yangko maupun dalam proses pemasarannya. Terkait hal ini disarankan agar pelaku usaha yangko menggunakan tambahan tenaga kerja yang dibayar dari luar keluarga. Permasalahan baru yang sekaligus juga sebagai peluang baru muncul agar ada variasi rasa produk yangko yang dipasarkan. Terkait hal ini disarankan pelaku usaha yangko untuk mencoba berbagai produk yangko yang baru aneka rasa sesuai permintaan pasar.

Simpulan

Hasil pengabdian program KKN PPM dengan topik Peningkatan Penjualan Produk Yangko Melalui Pengembangan Jaringan Pasar di Dusun Pundung, Banaran, Galur, Kulon Progo menunjukkan bahwa pelaku usaha yangko mengikuti kegiatan pemberian pengetahuan tentang pemasaran digital marketing dengan sungguh sungguh dan memberikan banyak pertanyaan kepada narasumber. Pelaku usaha juga cukup serius dalam mengikuti pelatihan untuk mempraktekkan penggunaan aplikasi media sosial (*facebook, Instagram, dan whatsapp business*), serta terlibat langsung membuka pasar secara *offline* bersama mahasiswa KKN kelompok 86 Dusun Pundung. Demikian juga kesungguhan pelaku usaha yangko mengikuti kegiatan pendampingan (setelah penyuluhan dan pelatihan) secara serius. Disarankan agar ada pemantauan lebih lanjut oleh pemerintah desa Banaran kedepannya agar usaha tetap berjalan dengan baik.

Daftar Pustaka

- [1] S. Supardi, N. M. Nugraha, N. Susanti, M. B. A. Sumantri, and T. I. Mukhlis, "PELUANG DAN PERUBAHAN CARA BERPIKIR SAAT PANDEMIK (Pengabdian Kepada UMKM Binaan Kadin Provinsi Jawa Barat)," *J. Pengabdi. Dharma Laksana*, vol. 3, no. 2, p. 162, 2021, doi: 10.32493/j.pdl.v3i2.8841.
- [2] M. Dahlan, "Peran Pengabdian Pada Masyarakat Dalam Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)," *J. Pengabdi. Kpd. Masy.*, vol. 1, no. 2, pp. 81–86, 2017, [Online]. Available: <http://jurnal.unpad.ac.id/pkm/article/view/16612/7949>
- [3] B. Susanto, A. Hadianto, F. N. Chariri, M. Rochman, M. M. Syaokani, and A. A. Daniswara, "Penggunaan Digital Marketing untuk Memperluas Pasar dan Meningkatkan Daya Saing UMKM," *Community Empower.*, vol. 6, no. 1, pp. 42–47, 2020, doi: 10.31603/ce.4244.
- [4] H. Ismanto, M. H. Tamrin, and M. Y. Edward, "Pendampingan UKM Tenun Ikat Troso dalam Pengelolaan Model Pemasaran Berbasis Online," *E-Dimas J. Pengabdi. Kpd. Masy.*, vol. 11, no. 1, p. 87, 2020, doi: 10.26877/e-dimas.v11i1.2744.
- [5] A. M. Wiediawati, "Pelatihan Pelatihan Digital Marketing Strategy Untuk Mencapai Kemandirian Masyarakat," *Din. J. Pengabdi. Kpd. Masy.*, vol. 3, no. 1, 2019, doi: 10.31849/dinamisia.v3i1.2676.
- [6] R. Maftuhah and H. Rafsanjani, "Pelatihan Strategi Pemasaran Melalui Media Online Pada Produk Usaha Rumahan Krupuk Bawang dan Kripik Sukun," *Aksiologi J. Pengabdi. Kpd. Masy.*, vol. 3, no. 2, p. 227, 2019, doi: 10.30651/aks.v3i2.1996.
- [7] R. E. Werdani, N. I. Kurniawati, J. B. Sukoco, A. Windriya, and D. Iskandar, "Pelatihan Pemasaran Produk Homemade Melalui Sosial Media," *JPPM (Jurnal Pengabdi. dan Pemberdaya. Masyarakat)*, vol. 4, no. 1, p. 1, 2020, doi: 10.30595/jppm.v4i1.4655.
- [8] P. Adhitya Yoga, Sugiharti, and F. Zati Rizka, "Pemanfaatan Media Sosial Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Produk UMKM Desa Boja," *Junal Budimas J. Pengabdi. Masy.*, vol. 03 (01), 2021, [Online]. Available: <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/JAIM/article/view/1628/961>
- [9] D. Santoso, I. Indarto, and A. Santoso, "Pemberdayaan Usaha Kecil Mikro (UKM) Menuju

- Kemandirian Melalui Pembinaan Kewirausahaan, Permodalan, dan Pemasaran di Kecamatan Tugu,” *E-Dimas*, vol. 8, no. 2, p. 166, 2017, doi: 10.26877/e-dimas.v8i2.1587.
- [10] E. Kurniawati, A. Santoso, and S. Y. Widowati, “Pelatihan Pemasaran Online Bagi Kelompok Usaha Bersama (KUB) “SRIKANDI”,” *JIPEMAS J. Inov. Has. Pengabd. Masy.*, vol. 2, no. 2, p. 132, 2019, doi: 10.33474/jipemas.v2i2.2722.
- [11] D. Purwana, R. Rahmi, and S. Aditya, “Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit,” *J. Pemberdaya. Masy. Madani*, vol. 1, no. 1, pp. 1–17, 2017, doi: 10.21009/jpmm.001.1.01.
- [12] A. Febrian, L. F. Lina, V. A. D. Safitri, and A. Mulyanto, “Pemasaran digital dengan memanfaatkan landing page pada perusahaan start-up,” *J. Inov. Has. Pengabd. Masy.*, vol. 4, no. 3, p. 313, 2021, doi: 10.33474/jipemas.v4i3.10103.
- [13] B. A. Pramudita, M. H. Barri, W. Priharti, A. Rizal, N. Prihatiningrum, and I. Hidayat, “Pemanfaatan marketplace tokopedia untuk pengembangan usaha dalam meningkatkan perekonomian di tengah dampak pandemi covid-19,” *J. Inov. Has. Pengabd. Masy.*, vol. 5, no. 1, p. 80, 2022, doi: 10.33474/jipemas.v5i1.11694.