PELATIHAN MODIFIKASI PRODUK DAN MARKETING DIGITAL DI ERA PANDEMI: UMKM PRODUKSI EMPING DESA PANCUR-TAKTAKAN KOTA SERANG

Puspita Maelani¹, Khafidz Rois², Fawza Fahira³.

¹²³Universitas Bina Bangsa.

Email: 1puspita.maelani91@gmail.com, 2fawzafhrs@gmail.com, 3khafidz.rois68@gmail.com

Abstract

MSMEs are trading businesses carried out by individuals or groups that refer to productive economic businesses. The business carried out by individuals or groups in the village of Sepring, Pancur Village, Taktakan, is a processed business from melinjo, namely emping. Conventional marketing, namely by marketing directly to local markets or areas, products that are still original chips, and the Covid-19 pandemic are obstacles for MSMEs. This training method has stages, the first stage is a direct survey to see the production and marketing process of MSMEs, the second stage is planning and finally implementation. The result of this training activity is that it can increase the knowledge of MSME business actors about the legality and licensing of institutions or products, knowledge about modifying products according to market needs and implementing digital marketing through a marketplace or online shop in collaboration with village youths.

Keywords: *Modification, Digital Marketing, MSMEs.*

Abstrak

UMKM merupakan usaha perdagangan yang dilakukan oleh perorangan maupun kelompok yang merujuk pada usaha ekonomi produktif. Usaha yang dilakukan oleh perorangan atau kelompok di kampung sepring desa pancur kota taktakan adalah usaha olahan dari melinjo, yaitu emping. Pemasaran yang masih konvensional, yaitu dengan memasarkan langsung ke pasar atau daerah lokal, produk yang masih original emping, dan kondisi pandemi Covid-19 menjadi hambatan tersendiri bagi UMKM. Metode pelatihan ini memiliki tahapan-tahapan, tahapan pertama survey langsung untuk melihat proses produksi dan marketing dari UMKM, tahapan kedua adalah perencanaan dan terakhir pelaksanaan. Hasil kegiatan pelatihan ini adalah dapat meningkatkan pengetahuan pelaku usaha UMKM tentang legalitas dan perijinan lembaga atau produk, pengetahuan tentang memodifikasi produk sesuai kebutuhan pasar dan menerapkan marketing digital melalui marketplace atau onlineshop dengan kerjasama para pemuda kampung sepring.

Kata Kunci: *Modifikasi, Marketing Digital, UMKM.*

PENDAHULUAN

Pelatihan merupakan serangkaian aktivitas individu dalam meningkatkan keahlian dan pengetahuan secara sistematis sehingga mampu memiliki kinerja yang profesional di bidangnya. Tujuan pelatihan untuk meningkatkan produktivitas kualitas, mendukung perencanaan SDM, meningkatkan moral anggota, memberikan kompensasi yang tidak

langsung, meningkatkan keselamatan dan kesehatan kinerja, mencegah kadaluarsa kemampuan dan pengetahuan personal, meningkatkan perkembangan kemampuan dan keahlian personal (Widodo, 2015). Menurut Rivai dan Sagala (2011), pelatihan adalah proses secara sistematis mengubah tingkah laku pegawai untuk mencapai tujuan organisasi.

Adapun prinsip-prinsip pada pelatihan menurut Sofiyandi(2013) pertama dalam pelaksanaan pelatihan para peserta harus ikut aktif karena dengan partisipasi peserta akan lebih cepat menguasai dan mengetahui berbagai materi yang diberikan adalah participation. Kedua saling berhubungan sebagai contoh para peserta pelatihan terlebih dahulu diberikan penjelasan secara umum tentang pekerjaan sebelum mereka mempelajari hal-hal khusus dari pekerjaan tersebut adalah Relevance. Ketiga program pelatihan harus disesuaikan dengan kebutuhan-kebutuhan yang nantinya akan dihadapi dalam pekerjaan yang sebenarnya adalah Transference. Keempat senantiasa dilakukan secara berulang karena peserta akan lebih cepat untuk memenuhi dan mengingat apa yang telah diberikan adalah Repetition. Kelima setiap program pelatihan yang dilaksanakan selalu dibutuhkan umpan balik yaitu untuk mengukur sejauh mana keberhasilan dari program pelatihan tersebut adalah Feedback.

Pelatihan berkaitan dengan keahlian dan kemampuan pegawai untuk melaksanakan pekerjaan saat ini. dari beberapa pengertian dapat disimpulkan bahwa penelitian merupakan proses aktivitas individu maupun kelompok yang terencana, dan mempunyai tujuan adanya perubahan keahlian atau kemampuan seorang individu maupun kelompok.

Modifikasi merupakan Setiap perubahan yang dibuat pada suatu produk (ukuran, bentuk, warna, gaya, harga, dll). Modifikasi produk biasanya dilakukan sebagai usaha merevitalisasi produk tersebut untuk meningkatkan permintaan. Modifikasi produk ini bertujuan untuk meningkatkan volume penjualan dengan cara memodifikasi karakteristik produk melalui peningkatan mutu produk, peningkatan ciri-ciri atau fitur-fitur produk, dan peningkatan model produk.

Pemasaran merupakan mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan sosial. Salah satu definisi yang baik dan singkat dari pemasaran adalah memenuhi kebutuhan dengan cara yang menguntungkan menurut Kotler and Keller (2012). Langkah-langkah dalam pemasaran produk yaitu kenali pelanggan dengan baik, melakukan promosi yang tepat, bangun tempat usaha yang strategis, membuat anggaran sistematis, menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan, membuat toko online sendiri, memiliki media sosial, aktifkan email marketing dan langkah terakhir adalah menjalankan bisnis sistem dropship (system

dengan sistem penjualan di mana penjual atau dropshipper hanya perlu memasarkan dan menjual barang milik pihak lain tanpa perlu membelinya terlebih dahulu (menyetok barang).

Pemasaran digital adalah salah satu media pemasaran yang kini sedang banyak diminati oleh masyarakat dalam mendukung banyak kegiatan (Pradiani, 2017). Manfaat dari pemasaran digital yaitu kecepatan penyebaran produk, kemudahan evaluasi, dan jangkauan lebih luas, murah dan efektif, dan membangun nama brand. Selain itu pemasaran digital memiliki keuntungan dan kelemahan menurut (Marketer, 2017) antara lain keuntungan pemasaran digital yaitu dapat menghubungkan produsen dengan konsumen melalui internet, mendapatkan penghasilan penjualan lebih tinggi dikarenakan semakin sempit jarak dan waktu.

Emping merupakan salah satu produk yang dihasilkan oleh kampung sepring, pancur taktakan kota serang. Masyarakat ini memanfaatkan hasil bumi berupa tangkil dengan hasil olahannya adalah produk emping. Produk emping sendiri, dikonsumsi baik secara langsung maupun sebagai pelengkap makanan. Namun seiring berjalannya perkembangan selera masyarakat, dan kondisi pasar. Peminat emping makin sedikit, dikarenakan ada produk baru yang serupa, yang lebih menarik perhatian konsumen. Ditambah dengan kondisi pandemik covid-19, pemerintah pun berinisiatif untuk mengurangi segala aktivitas dan mobilisasi lainnya, untuk mengurangi penularan covid-19 yang terus melonjak, maka dari itu pemasaran yang dilakukan oleh pelaku usaha UMKM emping makin terbatas.

Permasalahan yang dihadapi oleh pelaku usaha UMKM adalah kesulitan pemasaran, mereka masih memasarkan produknya lewat warung-warung daerah local dan pasar tradisional, dan itu pun jika tidak laku akan dikembalikan oleh pihak warung atau pasarnya. Permasalahan selanjutnya mereka masih minimnya edukasi dari dinas terkait, yakni disperindag kota serang, hal ini dikarenakan UMKM mereka sendiri belum terdaftar di dinas terkait. Sehingga saat ada pendampingan baik edukasi maupun bantuan mereka tidak mendapatkannya. Selanjutnya, mereka dihadapkan dengan minimnya penggunaan teknologi yang sekarang semua kegiatan atau aktivitas dilakukan lewat teknologi.

Berdasarkan latar belakang tersebut, perlu dilakukan pelatihan modifikasi produk dan marketing digital di era pandemu: UMKM produk emping. Pelatihan yang dilakukan diharapkan dapat membantu dalam pemasaran produk yang dihasilkan secara digital melalui aplikasi marketplace atau onlineshop sehingga emping dapat dikenal oleh masyarakat luas.

METODE

Pelatihan modifikasi produk dan marketing digital di era pandemi diikuti oleh para pelaku usaha UMKM emping dan pemuda. Pelatihan dilaksanakan secara tatap muka di ruangan kelas SDN Sepring Desa Pancur dengan tetap mematuhi protokol kesehatan dan sekaligus membagikan hand sanitizer dan masker kepada para peserta.

Pelatihan ini mendatangkan dua narasumber, narasumber pertama dari DISPERINDAG Kota Serang tentang peran UMKM di era pandemik, materi tentang peran UMKM ini menekankan pada bagaimana kualitas dari produk itu sendiri, dengan legalitas seperti P-IRT dan izin legalitas lainnya. Dan cara-cara UMKM untuk tetap bertahan dengan kondisi pandemi ini tentunya lewat pendampingan dari DISPERINDAG sendiri. Kemudian dilanjutkan materi tentang modifikasi dan marketing digital, oleh dosen Universitas Bina Bangsa dan TIM KKM Tematik Desa Pancur. Materi ini menjelaskan bagaimana inovasi produk emping yang tidak hanya digoreng dengan satu jenis rasa, modifikasi ini mensimulasikan produk emping dengan olahan coklat dan permen (remahan emping) dan cara mendesain produk agar menarik perhatian konsumen. Setelah itu penjelasan tentang langkah-langkah dalam memahami marketplace dan onlineshop, penggunaan marketplace dengan langkah-langkah membuka tokoline salah satunya di tokopedia, dijelaskan mulai dari cara membuka toko sampai pengelolaan toko di tokopedia. Untuk onlineshop mengarahkan langkah-langkah salah satunya seperti domainesia, dimulai dari mengenal jenis-jenis website, dan pengelolaan website sendiri.

Permasalahan pada pelaku usaha UMKM yang kurang mengerti penggunaan marketplace ataupun onlineshop, pelatihan ini pun mengundang para pemuda kampung sepring. Para pemuda dilatih tentang kewirausahaan dengan menggunakan marketing digital, ini bentuk kerjasama antara pemuda dan pelaku usaha UMKM. Adapun tahapan pelatihan modifikasi produk dan marketing digital di era pandemi Desa Pancur adalah sebagai berikut:

1. Survey

Survey dilakukan untuk mengetahui proses produksi dan marketing dari para pelaku usaha. Hal ini dilakukan untuk mengetahui dan membuat analisis SWOT dari UMKM.

2. Perencanaan

Perencanaan dilakukan dalam memenuhi kebutuhan yang diperlukan untuk memudahkan penyampaian informasi. Langkah pertama yaitu menentukan modifikasi produk yang digunakan dan menentukan contoh marketplace ataupun onlineshop

untuk memasarkan produk dan membuat akunnya, kemudian menentukan jadwal pelatihan dan merumuskan materi yang akan disampaikan saat pelatihan serta memenuhi kelengkapan yang diperlukan selama pelatihan.

3. Pelaksanaan

Pelatihan dilaksanakan selama satu hari di ruangan SDN Sepring Pancur pada tanggal 15 Agustus 2021. Mengedukasi produsen dan pemuda untuk memahami cara modifikasi produk, seperti olahan emping coklat berwarna-warni dan permen (remahan emping), dan langkah-langkah dalam mengelola marketplace (tokopedia) dan onlineshop (domanesia), untuk memasarkan produk menjadi tujuan penting dalam pelatihan ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan pelatihan modifikasi produk dan marketing digital di era pandemi desa Pancur bagi produsen emping dan pemuda telah sukses dilaksanakan. Pelatihan dilaksanakan untuk memberikan pengetahuan dan selama satu hari pada tanggal 15 Agustus 2021 dengan tujuan untuk memberikan pemahaman kepada pelaku usaha UMKM dan pemuda mengenai cara memodifikasi produk dan marketing digital. Dengan adanya pelatihan ini pelaku usaha UMKM emping dan pemuda dapat menggunakan marketplace salahsatunya tokopedia ataupun onlineshop seperti domanesia, penggunaan marketplace dan onlineshop ini bertujuan untuk melakukan promosi dengan mudah dan produk yang telah dibuat dapat dikenal oleh masyarakat luas sehingga sangat memudahkan dalam proses penjualannya. Adapun indikator tercapainya tujuan dan tolak ukur keberhasilan pelatihan adalah sebagai berikut:

Table 1: Indikator Tercapainya Tujuan dan Tolak Ukur Keberhasilan Pelatihan

Tujuan	Indikator Ketercapaian	Tolak Ukur
1. Memberikan Pelatihan kualitas produk (kebersihan, kehalalan, cita rasa)	<ul style="list-style-type: none"> Pemahaman terhadap langkah-langkah membuat produksi yang baik dan benar 	<ul style="list-style-type: none"> Mampu menerapkan langkah-langkah membuat produksi yang baik dan benar.
2. Memberikan pelatihan cara legalitas UMKM dan P-IRT dan ijin lainnya	<ul style="list-style-type: none"> Pemahaman tentang langkah-langkah dalam mengurus 	<ul style="list-style-type: none"> Mampu mengurus persyaratan-persyaratan yang berhubungan dengan

	perijinan baik ijin produksi maupun UMKM	perijinan produksi maupun UMKM
3. Memberikan pelatihan modifikasi produk	<ul style="list-style-type: none"> Pemahaman tentang berbagai varian produk emping, mendesain kemasan 	<ul style="list-style-type: none"> Mampu menerapkan langkah-langkah dalam mengelola produk emping dalam berbagai varian atau rasa Mampu merencanakan dan menggambarkan desain kemasan yang menarik
4. Memberikan pelatihan marketing digital	<ul style="list-style-type: none"> Pemahaman tentang pentingnya penggunaan teknologi dimasa pandemi Pemahaman tentang strategi marketing Pemahaman tentang perbedaan marketplace dan onlineshop 	<ul style="list-style-type: none"> Mampu menerapkan langkah-langkah menggunakan marketplace seperti tokopedia dan onlineshop seperti domainsia

Kegiatan pelatihan dilakukan dalam dua sesi yakni sesi pertama berkaitan dengan materi tentang peran UMKM di era pandemi, sesi ini yang dijelaskan dari tim DISPERINDAG Kota Serang, yang menjelaskan tentang bagaimana pentingnya UMKM untuk bertahan di kondisi pandemi, menjelaskan tentang langkah-langkah membuat produk makanan yang baik dan benar. Dan menjelaskan tentang langkah-langkah perijinan atau legalitas lembaga UMKM dan perijinan produk untuk siap edar, sehingga dengan adanya data UMKM yang tercatat di

DISPERINDAG, maka akan ada penampungan jangka panjang untuk UMKM yang sudah terbagi disetiap kecamatan.

Sesi kedua berkaitan tentang modifikasi produk dan marketing digital. Materi ini menjelaskan tentang bagaimana cara memodifikasi produk dengan memperagakan atau mensimulasikan produk olahan emping dengan cita rasa yang berbeda, seperti emping coklat dan permpen emping. Materi ini juga menjelaskan tentang penggunaan marketplace dan onlieshop sebagai cara untuk memasarkan produksi agar dikenal lebih oleh masyarakat luas. Penggunaan onlineshop di contohkan seperti pembuatan website di domainesia, mulai dari pendaftaran sampai dengan website onlineshopnya jadi dengan nama took pelaku usaha UMKM. Untuk marketplace dicontohkan menggunakan tokopedia, sama seperti onlineshop disini juga peserta pelatihan diajarkan bagaimana membuka toko di tokopedia.

Kembali dengan permasalahan yang dihadapi oleh pelaku usaha UMKM sendiri, yang mereka tidak semua dapat memahami penggunaan teknologi untuk marketing maka dari itu, pelatihan ini juga mengarahkan pada pemuda kampung sempring sebagai bentuk kerjasama dengan pelaku usaha, para pemuda yang siap berusaha untuk berwirausaha menggunakan teknologi dengan produk dari pelaku usaha UMKM emping sendiri. Dibawah ini merupakan dokumentasi dari pelaksanaan pelatihan modifikasi produk dan marketing digital di era pandemi desa Pancur Taktakan Kota Serang.

Gambar 1.
Peserta pelaku usaha UMKM emping dan Pemuda

Gambar 2.
materi dan simulasi dari Tim Disperindag Kota Serang

Gambar 3.
Penyampain materi sekaligus mempragakan langkah-langkah penggunaan marketing digital

KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan mengenai modifikasi produk dan marketing digital di era pandemic di kampung sepring desa pancur, maka disimpulkan sebagai berikut:

1. Peserta pelatihan mampu memahami pentingnya peran UMKM dalam perekonomian.
2. Peserta dapat memahami langkah-langkah yang harus dilakukan saat mengajukan perijinan legalitas baik untuk lembaga UMKM ataupun produknya.
3. Peserta mampu bekerjasama dengan Disperindag Kota Serang dalam pendampingan.
4. Mofikasi produk diperlukan dan harus dilakukan oleh UMKM emping agar tetap bisa bertahan dengan persaingan pasar, tentu saja tetap memiliki ciri khasnya sendiri. Produk olahan emping selain digoreng, salah satu modifikasi yang ditawarkan dalam pelatihan ini adalah emping coklat dan permen emping.
5. Peserta mampu menerapkan penggunaan marketplace dan onlinsehop.
6. Peserta pelatihan bisa bekerjasama baik dari pelaku usaha UMKM dan pemuda setempat, untuk peningkatan penjualan dan wirausaha.

Berdasarkan simpulan di atas, saran yang dapat diberikan sebagai berikut:

1. Tetap menjalin kerjasama antar pihak, seperti pelaku usaha UMKM, Disperindag Kota Serang dan Pemuda khususnya desa pancur.
2. Mengurus P-IRT, label halal daan BPOM bagi produk yang belum memilikinya.
3. Pelaku usaha harus tetap melihat kondisi pasar, sehingga bisa terus berinovasi dalam produknya.
4. Pelaku usaha UMKM dan pemuda diharapkan.mengelola marketplace ataupun onlineshop untuk memasarkan produknya ke jaringan yang lebih luas.

DAPFTAR PUSTAKA

Sumber Buku dan Jurnal

Fandy Tjiptono, 2008. Strategi Pemasaran. CV. Andi Offset-Yogyakarta.
Chaffey, Dave, dan PR Smith. 2013. E-marketing Excellences. UK: ButterworthHeinemann.
Heidrick and Struggles. 2009. The Adoption of Digital Marketing in Financial. Services Under Crisis.
Kotler dan Keller. 2009. Manajemen Pemasaran, Edisi 13. Jakarta: Erlangga.
Kotler, Philip. 2009. Manajemen Pemasaran, Edisi 13. Jakarta: Erlangga.
Kotler & Keller. 2012. Marketing Management. New Jersey: Pearson Prentice
Eka Rahma, Dkk. 2021. Pelatihan pemasaran digital produk desa nadung: kopi teh pelawan dan gula.
Emilia dan Ana, 2020. Pelatihan e-commerce untuk usaha mikro kecil menengah di kota sintang.
Ginanjari, Dkk. 2020. Pelatihan digital marketing sebagai penunjang kegiatan promosi dan pemasaran.
Santi, Dkk. 2019. Inovasi Dan Peningkatan Nilai Jual Produk Hasil Umkm Melalui Pelatihan Pembuatan Bolu Kukus Berkarakter.

Sugito, Dkk. 2018. Pengabdian masyarakat pengembangan produk UMKM olahan ikan bandeng

Andi, Dkk. 2019. Peningkatan keterampilan pemasaran melalui pelatihan whatsapp business pada UMKM

Sumber Internet

<http://eprints.polsri.ac.id/3004/3/BAB%20II.pdf>
<https://www.beritasatu.com/ekonomi/788089/umkm-sebagai-penggerak-ekonomi-di-tengah-pandemi-covid>
<https://www.coursehero.com/file/p3k229d/2-Modifikasi-produk-product-modification-meningkatkan-volume-penjualan-dengan/>
<https://money.kompas.com/read/2021/02/23/093656826/apa-itu-dropship-apa-bedanya-dengan-reseller>